



Visión

A LA

INNOVACIÓN SOCIAL

COORDINADORES:

EVA CATALINA FLORES CASTRO

TERESA GARCÍA LÓPEZ

HUGO SALVADOR ORTEGA FERREL



Grupo de Ediciones
y Publicaciones
Xalapa S.A. de C.V.

ISBN: 978-607-59391-7-9



9 786075 939179

VISIÓN A LA INNOVACIÓN SOCIAL

COORDINADORES:

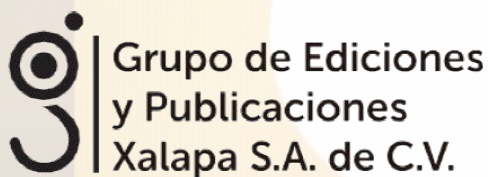
EVA CATALINA FLORES CASTRO
TERESA GARCÍA LÓPEZ
HUGO SALVADOR ORTEGA FERREL

AUTORES

ALEJANDRO GUZMÁN ROBLES, ALICIA AXLE RICARDEZ, ANA PATRICIA RICARDEZ ESPINOSA, ANGELICA DEL CARMEN LÓPEZ TOTO, ANTONIO HUERTA ESTÉVEZ, CELIA CRISTÓBAL HERNÁNDEZ, EMILIO HUGO MORALES AVENDAÑO, FRANCISCO JAVIER FINO MORALES, GABRIELA ISABEL PÉREZ ARANDA, IGNACIO GARAY PERALTA, JESÚS ARMANDO PECH GUZMÁN, JESÚS HERRERA ALARCÓN, JHOSEL RAMSES ORTEGA VARGAS, JOSÉ ANTONIO FERNÁNDEZ VIVEROS, JOSEFINA CUEVAS RODRÍGUEZ, JOSSELYN RAMÍREZ REYES, LEIRA CAROL ESCUDERO RAMÍREZ, LILIANA GARCÍA REYES, LUIS ALBERTO MONTES GUTIÉRREZ, MARÍA ISABEL GARCÍA PAVÓN, MARIAJOSE AGUILAR DÍAZ, MARTHA DEL CARMEN LÓPEZ RUIZ, NELI ILEANA GÓMEZ MARTÍNEZ, OLIVIA GUADALUPE LÓPEZ RUÍZ, SARA SOSA VILLAR, SINUHÉ ESTRADA CARMONA

Editorial

© Grupo de Ediciones y Publicaciones Xalapa S.A. de C.V.



**Grupo de Ediciones
y Publicaciones
Xalapa S.A. de C.V.**

Grupo de Ediciones y Publicaciones Xalapa S.A. de C.V.

Calle Emiliano Zapata, 15, Col. El Tanque.

C.P. 91156, Xalapa, Veracruz, México.

Tel. (228) 2014857

www.grepxa.mx

Sello editorial: Grupo de Ediciones y Publicaciones Xalapa S.A. de C.V.

ISBN: 978-607-59391-7-9



Primera Edición

Ciudad de Edición: Xalapa, Veracruz, México.

Presentación en medio electrónico:

Libro digital descargable

Formato PDF 5 MB

ISBN: 978-607-59391-7-9

Fecha de aparición: 08/12/2022

Xalapa-Enríquez, Ver., a 08 de diciembre de 2022.

**A QUIEN CORRESPONDA
PRESENTE**

Grupo de Ediciones y Publicaciones Xalapa S.A. de C.V. (GREPXA) hace constar que el libro:

“VISIÓN A LA INNOVACIÓN SOCIAL”

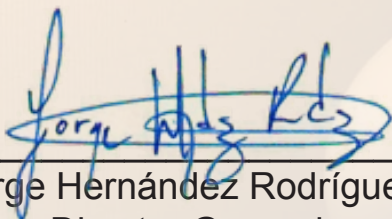
Fue publicado por nuestro sello editorial con **Nº 978-607-59391** y registrado con el **ISBN 978-607-59391-7-9**, ambos otorgados por la Agencia Mexicana de ISBN, con fecha de aparición del **08 de diciembre de 2022**, cumpliendo con todos los requisitos de calidad científica y normalización que exige nuestra política editorial.

La obra fue arbitrada y dictaminada en dos procesos; en el primero, se sometió a los capítulos incluidos en la obra a un proceso de dictaminación a doble ciego para constatar de forma exhaustiva la temática, pertinencia y calidad de los textos en relación a los fines y criterios académicos de **Grupo de Ediciones y Publicaciones Xalapa S.A. de C.V. (GREPXA)**, cumpliendo así con la primera etapa del proceso editorial. En el segundo proceso de dictaminación fue evaluado por pares académicos externos y aprobado por nuestro Comité Científico y pre-dictaminado por el Comité Editorial de **Grupo de Ediciones y Publicaciones Xalapa S.A. de C.V. (GREPXA)**

Todos los soportes concernientes a los procesos editoriales y de evaluación se encuentran bajo el poder y disponibles en **Editorial Grupo de Ediciones y Publicaciones Xalapa S.A. de C.V. (GREPXA)**, los cuales están a disposición de la comunidad académica interna y externa en el momento que se requieran.

La normativa editorial y repositorio se encuentran disponibles en la página.
<https://grepxa.mx>

ATENTAMENTE



Jorge Hernández Rodríguez
Director General

ÍNDICE

PROCESO DE ELABORACION DE COMPOSTA EN FOSA.....	1
LUIS ALBERTO MONTES GUTIÉRREZ JOSÉ ANTONIO FERNÁNDEZ VIVEROS JESÚS HERRERA ALARCÓN	
ASEGURAMIENTO DE LA CADENA VERDE A TRAVÉS DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE. CASO GRUPO CHEDRAUI.....	11
EMILIO HUGO MORALES AVENDAÑO MARÍA ISABEL GARCÍA PAVÓN JESÚS ARMANDO PECH GUZMÁN ANTONIO HUERTA ESTÉVEZ	
ACOSO SEXUAL CALLEJERO EN MUJERES ADULTAS DE CAMPECHE.....	35
GABRIELA ISABEL PÉREZ ARANDA SINUHÉ ESTRADA CARMONA LILIANA GARCÍA REYES	
EL TESTAMENTO EN MEXICO Y SU ESCENARIO GLOBAL.....	48
ANA PATRICIA RICARDEZ ESPINOSA ALICIA AXLE RICARDEZ JHOSEL RAMSES ORTEGA VARGAS	
DIAGNÓSTICO SOBRE ANSIEDAD Y DEPRESIÓN ENTRE LOS ESTUDIANTES DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO DE URSULOGALVÁN.....	61
LEIRA CAROL ESCUDERO RAMÍREZ JESÚS HERRERA ALARCÓN JOSSELYN RAMÍREZ REYES	
HABITABILIDAD EN LA PRODUCCIÓN SOCIAL DE VIVIENDA.....	78
MARTHA DEL CARMEN LÓPEZ RUIZ JOSEFINA CUEVAS RODRÍGUEZ FRANCISCO JAVIER FINO MORALES	
ACTITUD HACIA LA INTENCIÓN DE COMPRAR VERDE.....	92
CELIA CRISTÓBAL HERNÁNDEZ SARA SOSA VILLAR OLIVIA GUADALUPE LÓPEZ RUÍZ ALEJANDRO GUZMÁN ROBLES	
LA GARANTIA DEL VOTO CIUDADANO EN EL PROCESO ELECTORAL 2020-2021, CON SUS COSTOS ECONÓMICOS, TECNOLÓGICOS Y HUMANOS. CASO PRÁCTICO, ESTADO DE QUINTANA ROO.....	110
NELI ILEANA GÓMEZ MARTÍNEZ	
PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA LA PREVENCIÓN Y CONTROL SANITARIO ANTE EL COVID-19, COMO MEDIDA DE SEGURIDAD AL INTERIOR DE LOS SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN. ESTUDIO DE CASO.....	132
ANGELICA DEL CARMEN LÓPEZ TOTO	

PROCESO DE ELABORACION DE COMPOSTA EN FOSA

LUIS ALBERTO MONTES GUTIÉRREZ¹, JOSÉ ANTONIO FERNÁNDEZ VIVEROS², JESÚS HERRERA ALARCÓN³

RESUMEN

La composta es el proceso de la descomposición de residuos orgánicos. Las plantas se ven beneficiadas con la adición de composta; esta mejora las características físicas del suelo, Incrementa la capacidad del suelo de retener agua y nutrientes e Incrementa la aireación del suelo. El objetivo de este trabajo fue realizar el proceso de elaboración de composta mediante la excavación de una fosa u hoyo de 1.5 metros de largo y 1.5 metros de ancho con una profundidad de 1 metro. Se realizó en las instalaciones del Tecnológico Nacional de México Campus Ursulo Galván, el cual se encuentra ubicado en las coordenadas 19° 24 48.91" latitud norte y 96° 21' 09.10" longitud oeste, a una altura de 9 metros sobre el nivel del mar en el municipio de Úrsulo Galván, Veracruz de Mayo a Agosto de 2022. Los materiales utilizados fueron flexómetro, estacas, machete, pico o talache, pala, cubeta, hojarasca, estiércol de origen animal, tierra, agua, cubeta, manguera, residuos de malezas secas, residuos de frutas y residuos de verduras. Se elaboró la composta reciclando el material orgánico que había disponible en la región se hizo este proceso durante 4 meses para al final obtener un abono orgánico que tiene beneficios para el suelo y plantas.

Palabras clave. Composta. elaboración, fosa, residuos orgánicos

ABSTRACT

Composting is the process of decomposing organic waste. Plants benefit from the addition of compost; This improves the physical characteristics of the soil, increases the capacity of the soil to retain water and nutrients and increases soil aeration. The objective of this work was to carry out the composting process by digging a pit or hole 1.5 meters long and 1.5 meters wide with a depth of 1 meter. It was carried out

¹ Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván. luis.mg@ugalvan.tecnm.mx

² Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván. Jose.fv@ugalvan.tecnm.mx

³ Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván. Jesus.ha@ugalvan.tecnm.mx

at the facilities of the Tecnológico Nacional de México Campus Ursulo Galván, which is located at coordinates 19° 24' 48.91" north latitude and 96° 21' 09.10" west longitude, at a height of 9 meters above sea level. in the municipality of Úrsulo Galván, Veracruz from May to August 2022. The materials used were a flexometer, stakes, machete, pick or talache, shovel, bucket, leaf litter, animal manure, earth, water, bucket, hose, waste from dried weeds, fruit residues and vegetable residues. The compost was made by recycling the organic material that was available in the region. This process was carried out for 4 months to finally obtain an organic fertilizer that has benefits for the soil and plants.

Keywords: Compost, elaboration, pit, organic waste

INTRODUCCIÓN

El uso de la transformación de residuos orgánicos en abono ha sido parte del hombre desde hace tiempo. Actualmente con el auge que la agricultura orgánica está tomando los abonos y fertilizantes orgánicos son los insumos de mayor importancia para la producción orgánica, debido a la importancia que cobra sus beneficios en la sostenibilidad de los suelos y los beneficios en las plantas. Debido a lo anterior, el proceso acerca de la elaboración de composta, las diferentes metodologías y características de residuos orgánicos óptimos para el proceso van en aumento así como el estudio de la composta resultante y su uso (Nieto, 2010). Aspectos como el bajo costo y la sencillez del proceso lo han constituido como una de las alternativas de mayor aplicación en países en desarrollo (Li *et al.*, 2013; Sundberg y Navia, 2014). El proceso se denomina composta y se caracteriza por tener materia orgánica, que ayuda al crecimiento de las plantas (Stentiford y Bertoldi, 2010). Los materiales vegetales son fuente de N, ayudan a regular la humedad, mejoran la estructura y aireación del suelo (López, 2010).

La composta es muy importante para mejorar la sanidad y el crecimiento de las plantas, también mejora las propiedades físicas, químicas y biológicas del suelo, es una fuente muy importante de nutrientes para las plantas, aumenta la capacidad de retención de humedad del suelo y la capacidad de intercambio de cationes en el mismo, es un rico alimento para los microorganismos, amortigua los cambios de pH

en el suelo, disminuye cambios bruscos en la temperatura, las plantas pueden absorber más nitrógeno como consecuencia de la relación C/N en el suelo. (Sánchez, 2004).

La necesidad de plantear soluciones para apoyar la gestión integral de los residuos sólidos biodegradables ha llevado a proponer métodos de tratamiento como el compostaje, el cual consiste en la transformación de residuos sólidos por medios biológicos, bajo condiciones controladas, en productos como abono orgánicos para la agricultura (Campos *et al.*, 2016).

El uso de subproductos de origen vegetal y desechos agrícolas se ha incrementado de manera exponencial en las últimas décadas en México. Estos se han depositado en vertederos o incinerado para transformarse en gases de efecto invernadero como metano, dióxido de carbono, óxidos de nitrógeno, óxidos de azufre y otros (Raj y Antil, 2011).

La composta es una alternativa para disminuir peso y volumen de desechos orgánicos para la producción de sustratos en la agricultura mediante la biodegradación natural de la materia orgánica. (Mohee y Mudhoo, 2005).

Es una de las opciones con mayor aplicación para el aprovechamiento de biorresiduos (Slater y Frederickson, 2001).

Se realizó la elaboración de composta para promover el reciclaje de material orgánico para el beneficio de nuestro medio ambiente en especial nuestros suelos obteniendo abono orgánico que les aporte mayores nutrientes a las plantas. El objetivo fue conocer en la práctica el proceso de la elaboración de la composta en fosa u hoyo.

CONTENIDO, MATERIAL Y MÉTODOS

El proceso de elaboración de composta se realizó en las instalaciones del Tecnológico Nacional de México Campus Ursulo Galván. Esta actividad se llevó a cabo de Mayo a Agosto de 2022.

Para realizar la composta primeramente se limpió el terreno manualmente con machete, después de limpiar el terreno se midió y trazo un área de 1.5 m. de largo y 1.5 m. de ancho utilizando una cinta métrica y unas estacas, trazada el área se

hizo la excavación de la fosa u hoyo con pico o talache y pala, teniendo una profundidad de 1 m. (Figura 1 y 2).



Figura 1. Excavación de la fosa



Figura 2. Medición de profundidad y excavación de la fosa

Posteriormente se agregaron diferentes capas de residuos orgánicos aproximadamente de 10 cm cada una. Para las capas de residuos orgánicos se utilizó hojarasca, estiércol de origen animal, residuos de frutas, residuos de verduras, residuos de maleza seca y agua en cada capa. Primeramente se colocó una capa de hojarasca (Figura 3).



Figura 3. Capa de hojarasca

Después se puso una capa de tierra así como una capa de estiércol de origen animal (Figura 4).



Figura 4. Capa de estiércol de origen animal

Se continuó llenando la fosa u hoyo con los diferentes residuos, se agregó una capa de maleza seca y/o residuos de jardín (Figura 5).



Figura 5. Residuos de maleza seca y/o residuos de jardín

También se colocó una capa de residuos de frutas y verduras. Entre cada capa se le aplicó 5 cm. de tierra así como se humedeció con abundante agua cada una de las capas para que fuera más rápida la descomposición de la composta (Figura 6).



Figura 6. Aplicación de capa de tierra

Posteriormente se colocó una capa de hojarasca y se humedeció con abundante agua (Figura 7).



Figura 7. Capa de hojarasca y riego

Cada semana se aplicaron en ese mismo orden las diferentes capas hasta terminar de llenar la fosa u hoyo. Después del término de la composta se le aplicó agua semanalmente en la última capa para acelerar el proceso de descomposición de los residuos orgánicos (Figura 8).



Figura 8. Riegos en última capa de la composta

Ubicación del proyecto

El área donde se desarrolló este proyecto fue en las instalaciones del Tecnológico Nacional de México Campus Úrsulo Galván (TecNM Campus Úrsulo Galván), el cual se encuentra ubicado en las coordenadas 19° 24 48.91" latitud norte y 96° 21' 09.10" longitud oeste, a una altura de 9 metros sobre el nivel del mar en el municipio de Úrsulo Galván, Veracruz.

RESULTADOS

Después de 4 meses estuvo lista la composta con los diferentes residuos orgánicos que utilizamos de la región de Ursulo Galván.

Se observó en la práctica que este tipo de composta en fosa u hoyo es de fácil elaboración, en pocos meses se obtuvo como resultado un abono orgánico que tiene beneficios para el suelo y plantas (Figura 9).



Figura 9. Resultado final de la composta

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Al término de este proceso coincidimos con los criterios que considero Oviedo, 2015. Calidad del material este debe contribuir a mejorar las condiciones de humedad, pH, nutrientes y porosidad, cantidad del material este debe estar disponible en las cantidades requeridas para emplearse en la composta, costo de adquisición del material debe tener un costo mínimo, de manera que no genere mayores costos operativos en la instalación de compostaje, acceso para consecución del material este debe tenerse en cuenta el tipo de vía de acceso para recolectarlo, distancia para recolección del material debe considerarse la distancia desde la instalación de compostaje hasta el centro de generación y facilidades de manejo del material no deben generar mayores cambios operativos en la elaboración de la composta.

Se elaboró la composta en tiempo y forma obteniéndose como resultado final un abono orgánico que posteriormente se utilizara para sembrar hortalizas en camas o almácigos se preparara esta superficie de tierra con este abono orgánico para que tengan un buen desarrollo estas hortalizas. .

En las diferentes comunidades del Municipio de Ursulo Galván, Veracruz la mayoría de las personas no tienen la cultura de realizar compostas con los residuos orgánicos que diariamente obtienen en sus casas (jardín, cocina, patio, etc). Es importante que se difunda esta actividad como es la elaboración de composta en fosa u hoyo para que las personas de estas comunidades conozcan en la práctica el poco tiempo que se lleva el proceso así como los bajos costos para realizar este tipo de composta y los beneficios e importancia de la elaboración y obtengan un aprovechamiento de los residuos orgánicos para el beneficio del medio ambiente especialmente en los suelos y plantas de su localidad o región.

Todavía falta mucho por hacer con el fin de incrementar el abanico de posibilidades para que la elaboración de este tipo de compostas se incremente a nivel local y/o regional.

REFERENCIAS

- Campos-Rodríguez, Rooel, Brenes-Peralta, Laura, & Jiménez-Morales, María Fernanda. (2016). Evaluación técnica de dos métodos de compostaje para el tratamiento de residuos sólidos biodegradables domiciliarios y su uso en huertas caseras. *Revista Tecnología en Marcha*, 29(Suppl. 5), 25-32.
- Li Z., Lu H., Ren L., He L. (2013). Experimental and modeling approaches for food waste composting: A review. *Chemosphere*, volume 93 (número 7), 1247-1257.
- López M., Soliva M., Martínez-Farré F.X., Fernández M., Huerta Pujol O. (2010). Evaluation of MSW organic fraction for composting: Separate collection or mechanical sorting. *Resources, Conservation and Recycling*, volumen 45 (número 4), 222.
- Mohee, R. y Mudhoo, A. (2005). Analysis of the physical properties of an in-vessel composting matrix. *Powder Technology*, 155: 92-99.
- Nieto-Garibay, A., Murillo-Amador, B., Troyo-Diéguez, E., Beltrán-Morales, A., Ruíz-Espinoza, F. H., & García-Hernández, J. L. (2010). Aprovechamiento de residuos orgánicos de origen animal, vegetal y doméstico para la elaboración y uso de composta en la agricultura orgánica. *Agricultura Orgánica*, 69.
- Oviedo-Ocaña E.R. (2015). Estrategias para la optimización del proceso y la calidad del producto del compostaje de biorresiduos en municipios menores de países en desarrollo, (tesis doctorado en ingeniería), Colombia, Universidad del Valle, 141.
- Raj, D. y Antil, R. S. (2011). Evaluation of maturity and stability parameters of compost prepared from agro-industrial wastes. *Bioresource Technology*, 102:2868-2873.

- Sánchez, j. e., harwood, r. r. willson, t. c, kizilkaya, k, smeenk, j., parker, e., paul, e.a. knezek, b.d., robertson, g.p. (2004). Managing soil carbon and nitrogen for productivity and environmental quality. Agron. J. 96:769-775.
- Slater, R. A., & Frederickson, J. (2001). Composting municipal waste in the UK: some lessons from Europe. Resources, Conservation and Recycling, 32(3-4), 359-374.
- Stentiford E., De Bertoldi M. (2010). Composting process, en: Christensen T., Solid Waste Technology & Management, 1ra ed., United Kingdom, Blackwell Publishing Ltd, 515-532.
- Sundberg, C., & Navia, R. (2014). Is there still a role for composting?. Waste Management & Research, 32(6), 459-460.

ASEGURAMIENTO DE LA CADENA VERDE A TRAVÉS DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE CASO GRUPO CHEDRAUI

EMILIO HUGO MORALES AVENDAÑO¹, MARÍA ISABEL GARCÍA PAVÓN², JESÚS ARMANDO PECH GUZMÁN³,
ANTONIO HUERTA ESTÉVEZ⁴

RESUMEN

El presente artículo de estudio de caso analiza en específico el caso de la empresa Grupo Chedraui y el cómo interactúa con sus diferentes proveedores los cuales cumplen con sus políticas de Responsabilidad Social, para dar soporte a la cadena de valor y por ende den paso a la cadena verde, siendo congruentes en la manera de como abordan la problemática actual en cuestiones de sostenibilidad e impacto al medio ambiente, específicamente los objetivos de desarrollo sostenible de la Agenda 2030, establecidos por la Organización de las Naciones Unidas, esto con el objetivo de hacer un análisis en retrospectiva, mediante la metodología de análisis de contenido, dicha información fue recopilada mediante una categorización y análisis en extenso de distintas fuentes bibliográficas generadas por organizaciones y autores dedicados a la gestión medioambiental, y del mismo modo empresas que están generando estrategias de utilización de la cadena de suministros verde. Principalmente dicha literatura está relacionada con una de las empresas mexicanas más importantes que tiene presencia, no solo en el País, sino en el extranjero, observando su nivel de compromiso y el de sus proveedores, están alineados con la implementación de la cadena verde en sus procesos de comercialización y la reducción del impacto medioambiental generado por sus operaciones de negocio cotidianas.

Palabras clave: Cadena de Suministro, Cadena Verde, Agenda 2030, Responsabilidad Social empresarial

¹ Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Veracruz. m22020009@veracruz.tecnm.mx

² Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Veracruz. m22020008@veracruz.tecnm.mx

³ Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Veracruz. M22020012@veracruz.tecnm.mx

⁴ Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Veracruz. antonio.he@veracruz.tecnm.mx

ABSTRACT

This case study article specifically analyzes the case of the Grupo Chedraui company and how it interacts with its different suppliers who comply with its Social Responsibility policies, to support the value chain and therefore give way to the green chain, being consistent in the way in which they address the current problems in matters of sustainability and impact on the environment, specifically the sustainable development objectives of the 2030 Agenda, established by the United Nations Organization, this with the objective of making a retrospective analysis, through the content analysis methodology, said information was compiled through extensive categorization and analysis of different bibliographic sources generated by organizations and authors dedicated to environmental management, and in the same way companies that are generating utilization strategies of the green supply chain. Mainly said literature is related to one of the most important Mexican companies that has a presence, not only in the country, but abroad, observing their level of commitment and that of their suppliers, they are aligned with the implementation of the green chain in their marketing processes and the reduction of the environmental impact generated by its daily business operations.

Keywords: Supply Chain, Green Chain, 2030 Agenda, Corporate Social Responsibility

INTRODUCCIÓN

Es indudable que toda empresa de cualquier giro hace uso de la cadena de suministro, en recientes estudios, como menciona (Mol, 2016), se ha incrementado el uso de la cadena de suministro por parte de las compañías que buscan tener beneficios de las ventajas estratégicas y competitivas que ello representa derivado de la correcta gestión de procesos, finanzas y recursos humanos, todo esto para el logro de sus objetivos y ahorro de capital, sin embargo es importante notar de acuerdo con que no solo en la actualidad (2022), se deben de cuidar los recursos mencionados, sino además de gran manera los recursos naturales y por ende el medio ambiente, por cuestiones del deterioro que se ha incrementado desde la época de la Revolución Industrial hasta fechas actuales en donde ya es muy notorio

el deterioro causado por actividades antropogénicas a favor del desarrollo tecnológico para satisfacer las necesidades del ser humano.

Es por ello que uno de los grandes retos de las compañías, no solo es solucionar económicamente sus problemáticas derivadas de su correcto funcionamiento al satisfacer las necesidades de sus clientes, sino que, además de esto, sus proveedores deben de cumplir del mismo modo, regulaciones de seguridad, salud y medioambientales, de tal forma que cuenten con certificaciones que estén alineadas a los procesos internos y externos con los que cuentan, así como sus proveedores de materias primas, materiales y herramientas industriales de conversión de materia en productos terminados (Mihelmic & Zimmerman, 2012)

Como menciona (Salazar, 2014) Una cadena de suministro está formada por las partes involucradas en la satisfacción de la solicitud de un cliente. Incluye no solamente al fabricante y al proveedor, sino también a los transportistas, almacenistas, vendedores al detalle e incluso a los mismos clientes. Sin embargo, un detalle importante a considerar de acuerdo con los antecedentes presentados es la huella ecológica, la cual es un aspecto que las empresas actualmente deben medir no solo en cuanto a sus procesos, sino a sus proveedores, ya que para decir que realmente se están encargando de evitar un impacto ambiental negativo, es preciso compartir estas ideas y trabajar en conjunto para tener un medio ambiente sostenible contribuyendo de esta forma al cuidado tanto de la flora, fauna y en algunos casos de los ecosistemas y agroecosistemas de los que depende el ser humano, ya que no debemos dejar de lado que la agricultura al ser un conjunto de técnicas y actividades económicas representa consumo energético pero a la vez necesario para la obtención de alimentos tanto para el ser humano como para ganado de diferentes tipos ya sea bovino, porcino, etc.

Es por lo mencionado anteriormente la importancia de que las compañías crean y generen relaciones sostenibles con sus proveedores y que derivado de estas actividades en conjunto se pueda fomentar el uso de la cadena de suministro verde que como menciona (Arizpe, 2019), “ representa una estrategia contemporánea y frecuente que promueve a que las organizaciones busquen optar por un modelo mucho más esbelto que les permita formar una cadena sustentable dentro de sus

procesos operativos”, y también menciona (Harms, 2013) “Los investigadores han examinado varios temas independientes en la administración de la cadena de suministro relacionados con la sustentabilidad, por ejemplo:

- Estrategias de logística verde
- Compras verdes.
- Utilización de material ecológico”

La cadena de suministro verde al tomar en cuenta los aspectos anteriores promueven que las compañías cumplan con objetivos socioeconómicos, ambientales y de organizaciones que están a favor del medioambiente tanto gubernamentales como no gubernamentales, esto sin perder la visión empresarial, que en algunos casos es modificada para mostrar a las personas interesadas el compromiso con el medioambiente y por ende con la sociedad al establecer alternativas de mejora.

De acuerdo con (Rameshwar, 2016) mencionan que los procesos o áreas que sirven como disparadores para una cadena de suministro verde son:

- Bodegas o almacenes sustentables
- Colaboración estratégica con proveedores
- Conservación del medio ambiente
- Mejora continua
- Optimización de procesos logísticos
- Presiones Sociales
- Presiones Internas
- Valores sociales y éticos
- Estabilidad económica

Actualmente los principales y más notorios indicadores de las afectaciones medioambientales producidas por actividades antropogénicas son el cambio climático y el calentamiento global, todo ello derivado de la contaminación del aire, agua y suelos, la deforestación causa por la tala inmoderada de árboles y la contaminación de zonas costeras por las descargas incontroladas de aguas

residuales domésticas e industriales, emisiones de CO₂ y residuos sólidos (Mihelmic & Zimmerman, 2012) todo ello está concatenado con la parte industrial y por lo tanto la cadena de suministro convencional, es por esto la importancia de la implantación de la cadenas de suministro verdes.

Las compañías tienen como objetivos de sustentabilidad hacer énfasis en la cuestión favorecedora de la integración, colaboración y mejora continua, ante esto, las organizacionalmente se ha optado por introducir una cadena de suministro verde. (Arizpe, 2019). En México una de las grandes compañías es Grupo Comercial Chedraui, se analiza entonces su nivel de compromiso y el de sus proveedores en la conservación del medio ambiente estableciendo programas que favorezcan el uso de una cadena de suministro verde.

ANTECEDENTES

En general, los principales promotores de las mejoras ambientales en la industria son: la presión por parte de autoridades ambientales y la exigencia por parte de los clientes, (Ban, 2005) esto conlleva a que las compañías estén alineadas tanto de manera local, como de manera internacional por medio de la trazabilidad a estándares internacionales en cuanto a sus procesos de administración de cadena de suministro y por ende los de sus proveedores, ya que juntos crean un nivel de coexistencia sustentable que promueve la conservación medio ambiental.

Un primer trabajo analizado de acuerdo con (Mutingi, 2013), mencionó que la sustentabilidad verde se refiere a una visión holística de los impactos ambientales, sociales y económicos, que inevitablemente se ha convertido en un determinante de los cambios de paradigma y, a su vez, impulsa efectivamente el tema de la sustentabilidad a nivel social y organizacional. La cadena de suministro verde en las organizaciones se refiere a un fenómeno en el que las innovaciones ambientales se propagan de la empresa/cliente a la empresa/proveedores, la innovación ambiental se define como un producto, un proceso, una tecnología o una técnica desarrollada para reducir los riesgos ambientales, económicos y sociales y también para garantizar un nivel justo de trato humano dentro y fuera de cualquier organización.

En segunda instancia, el siguiente antecedente donde, se tiene que de acuerdo con (Romero,2010), con la utilización de una cadena de suministros verde y usando la ayuda de un óptimo proceso automatizado, las compañías se beneficiarán obteniendo un mejor control y visibilidad de las operaciones de compras.

En tercera instancia, la definición más citada de cadena de suministro verde es la de (Srivastava, 2007) que habla de la unificación de prácticas medio del medio ambiente, durante los procesos (diseño, proveeduría, construcción, entregas al comprador final), y por consiguiente de los miembros de la cadena, tomando en cuenta además un cierre, que es la disposición final del producto y que posibilita reconocer a una cadena de valor verde como un proceso de periodo cerrado, donde teóricamente se regresa el producto finalmente de su ciclo de vida a los procesos de construcción donde se reprocesa: ciertos elementos se reciclan, otros se remanufacturan, otros se reúsan, y ciertos, se espera que sean los menos, se desperdician y generan merma.

Se puede mencionar, considerando entonces que las diferentes practicas verdes que se realizan en las cadenas de suministro es tan extenso como las definiciones de cadenas de suministro verdes existentes e incluyen, de acuerdo con (Her), Compra Verde + Fabricación Verde / Gestión de Materiales + Distribución Verde / Mercadotecnia + Logística Inversa. (El Saadany, 2011), contempla la reducción de energía, del uso de material bruto y de la generación de residuos, y el aumento de las opciones de recuperación del producto.

Tomando en cuenta lo anterior muchas prácticas para el reverdecimiento de la cadena de suministro son: de administración interna (incluye el compromiso de los directivos y las certificaciones), de compra verde (cooperación con los proveedores), de eco-diseño (diseño de productos con consumos reducidos de material y energía, reutilización y reciclaje, entre otros), de cooperación con los clientes (para el eco-diseño, la producción más limpia y el empaque verde) y de recuperación de la inversión (venta de exceso de inventario, chatarra y maquinaria en desuso).

Ahora se mencionan las características principales de grupo Chedraui partiendo de su misión, visión y valores, esto para dar paso al análisis de su propuesta de cadena

verde, la de sus proveedores y su impacto en los ODS de la Agenda 2030 de la ONU.

Empresa: CHEDRAUI

“En México, la presencia de Chedraui se extiende por 25 estados mediante cuatro formatos de tiendas de autoservicio: Tienda Chedraui, Súper Chedraui, Súper Che y Supercito, así como el concepto “Selecto”, que ofrece productos dirigidos a un público con mayor poder adquisitivo. De esta manera, la Compañía atiende a los segmentos de la población a través de diferentes formatos, que abarcan desde hipermercados hasta tiendas de proximidad.” (Grupo Chedraui, 2020).

“Misión

Llevar a todos los lugares posibles los productos que los clientes prefieren al mejor precio

Visión

Empresa institucional líder en su ramo, que mantiene vigente, en el tiempo y a través de las personas, los valores fundamentales con los cuales se creó la primera tienda.

Valores:

Honestidad: Nos conducimos siempre con la verdad y rectitud dentro y fuera de la Empresa, para mantener la confianza y credibilidad de nuestros clientes, proveedores, accionistas y compañeros de trabajo.

Compromiso: Asumimos con lealtad y responsabilidad la misión de la Empresa: “Llevar a todos los lugares posibles los productos que los clientes prefieren al mejor precio”.

Respeto: Tratamos a nuestros colaboradores, clientes y proveedores con dignidad y justicia, sin abusar de nuestro nivel de autoridad.

Orientación a resultados: Todas nuestras acciones están encaminadas a trabajar con rentabilidad y eficiencia para garantizar la permanencia de la Empresa, mediante el logro de los objetivos establecidos y el aprovechamiento al máximo de los recursos con los que contamos, sin desperdicio alguno.” (Grupo Chedraui, 2020).

Estrategias corporativas y de mercado de Chedraui

“Chedraui fundamenta su estrategia en 3 pilares que la diferencian de los demás competidores y le permiten brindar experiencia integral para la satisfacción de todos sus clientes:

El precio más bajo: Chedraui ejecuta un constante monitoreo de mercado en las tiendas de la competencia, tanto a nivel central como local, y ajusta sus precios en función de los resultados, garantizando con ello ser la mejor opción para sus clientes.

El mejor surtido tienda por tienda: Se realiza un análisis permanente de los productos disponibles en cada tienda, en pro de adaptar gradualmente la oferta de cada sucursal para satisfacer las preferencias de los clientes que las visitan, según la región y el nivel socioeconómico al que pertenecen. Por ello, los formatos más pequeños ofrecen en promedio 2,000 SKU's (códigos de productos); mientras que los más grandes brindan acceso a alrededor de 86,000 SKU's.

Óptima experiencia de compra: Chedraui procura que todas y cada una de sus instalaciones se adhieran a los más estrictos estándares en materia de higiene y sanitización, los cuales fueron reforzados a raíz de la pandemia de COVID-19, a la par de continuar ofreciendo una experiencia de compra cómoda y de primer nivel mediante la adecuada iluminación y señalización de sus sucursales, junto con un amplio espacio de estacionamiento.” (Grupo Chedraui, 2020)

Al realizar investigación documental de acuerdo con la página corporativa (Grupo Chedraui, 2020), se encontró que **Grupo Comercial Chedraui** es una empresa con tres segmentos de negocio, los cuales son: Autoservicio en México, Autoservicios en Estados Unidos y una División Inmobiliaria.

Al 1 de enero de 2022, contamos con 338 sucursales en México, de las cuales 203 son Tienda Chedraui, 66 Super Chedraui, 11 Súper Che y 58 Supercitos; dentro de ellas, se cuenta en formato selecto con 21 Tiendas Chedraui y 7 Super Chedraui.

En Estados Unidos, específicamente en los Estados de California, Texas, Nevada, Arizona y Nuevo México, operamos una red de 377 Supermercados de los cuales 254 operan bajo el nombre de Smart & Final, 64 bajo el nombre El Super, y 59 como Fiesta.

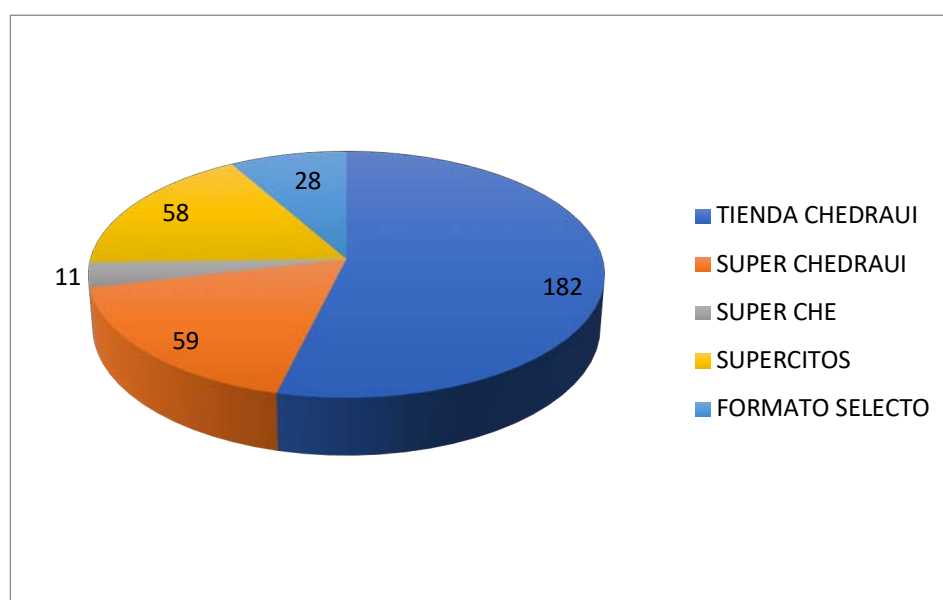


Figura 1.- Segmentos de negocio de Grupo Chedraui

Se realizó el análisis de contenido de la relación entre Chedraui, y algunas de sus acciones en favor de los objetivos de desarrollo sostenible de la Agenda 2030 de la ONU.

A continuación, se muestran los resultados.

Tabla 1.- Análisis de las acciones reales de Chedraui alineadas con la agenda 2030. (resultados acciones o programas) Chedraui. (2021).

No.	Objetivos de desarrollo sostenible AGENDA 2030	<u>Acciones reales</u> sustentables y sostenibles con la agenda 2030 que lleva a cabo la empresa Nestlé
1	 La pobreza	Entregamos 73,288 despensas (equivalente a más de 16 millones) a colaboradores, becarios y empacadores voluntarios, así como 8,142 monederos electrónicos (equivalentes a más de 42 millones) a empacadores voluntarios.

2	 Hambre cero	Fundación Chedraui, se invirtieron más de 350 millones. Estos esfuerzos estuvieron destinados a: i) la donación de alimento a la población general a través de 82 bancos de alimentos e instituciones; las alianzas alcanzadas con otras 5 fundaciones y asociaciones para apoyar a grupos vulnerables afectados por la contingencia, con las cuales se logró beneficiar a 36,473 familias.
3	 Salud y Bienestar	- Durante 2020 se donaron a 5 hospitales ubicados en Xalapa, Veracruz y su zona conurbana, 196 equipos médicos con un valor equivalente a 9,613,414, de los cuales 2,039,558 fueron 4 ventiladores que se emplean para pacientes graves con enfermedades respiratorias (como el Covid-19). - Monitoreo diario de la salud del equipo de colaboradores, a los cuales, en caso de presentar algún síntoma, se les solicita regresar a sus domicilios para su pronta recuperación y posterior reincorporación al trabajo.
4	 Educación y Calidad	- En la educación, Grupo Chedraui y Fundación Chedraui siguieron promoviendo los programas del Liceo de Artes y Oficios de Veracruz, Villahermosa y Xalapa a través de cursos en línea, con los cuales se graduaron 4,078 alumnos de todas las edades de carreras técnicas y cursos intensivos, un 30.7% más que en 2019. - Sistema de becas a los exalumnos con mejores promedios para continuar sus estudios.

		Becas a los estudiantes destacados en la Universidad Veracruzana, por medio de la Fundación UV.
5	Igualdad De Genero 	Como empresa líder en el ramo, creemos en el respeto a la diversidad, la equidad de género y los derechos humanos, por eso hemos creado el Comité Ejecutivo de Diversidad e Inclusión.
6	Agua limpia Saneamiento 	Campañas de educación hídrica para impulsar a sus colaboradores a ahorrar la máxima cantidad de agua posible, acciones que complementa con la optimización de su uso mediante la instalación y cambios de mingitorios con fluxómetro por secos y con las plantas de tratamiento de agua. Lo anterior nos permitió ahorrar más de 363 millones de litros de agua en 2020.
7	Energía Esquiable Y No Contaminante 	190,578.46 Ton de CO2 gracias al uso de energía eólica y 1,330.56 Ton de CO2 por el uso de energía solar (que empezó a finales del año 2019), sumando 191,909.02 Ton de CO2 = 379,780.51 MWh, esto equivale a plantar 9,595,451 árboles, o a que dejen de circular 79,962 automóviles, o bien, dejar de utilizar 93,614 barriles de petróleo.
8	Trabajo Decente Y Crecimiento Económico. 	Los Centros de Distribución de la Empresa se manejan bajo operaciones de tipo cross-docking para realizar la distribución del: 82.12% de la mercancía seca, 55.40% de los productos perecederos, 68.25% de las frutas y verduras. De los siguientes estados, Estado de México, Tabasco, Nuevo León, California Sur, Quintana Roo, Veracruz.

		• Comprometidos con las obras de mejoramiento urbano con un impacto favorable para la sociedad, a lo largo del 2020 se invirtió en diversas obras, representando un total de 16,974,586. • Colaboramos con la Fundación Pro-Empleo Xalapa en la creación de nuevas micro y pequeñas empresas en la región.
9	Industria, Innovación e Infraestructura 	• Las ventas en línea en 2020 se han triplicado en comparación con el 2019, alcanzando para el año el 3.6% de las ventas en nuestra operación en México. (innovación)
10	Reducción de las Desigualdades 	• No distinguimos a ningún cliente o colaborador por su carrera, raza, género, religión, edad, orientación sexual, capacidades y nacionalidad, en línea con lo establecido en el Pacto Mundial de la Naciones Unidas (Global Compact).
11	Ciudades y Comunidades Sostenibles 	N/A
12	Producción Y consumo Responsable 	• Programa de ticket electrónico o “e-ticket”, con el cual logró un ahorro de 1,148,136.12 metros de papel, al enviar por correo electrónico a sus clientes los tickets y promociones en vez de imprimirlos. • En 2020 reciclamos 36,346 toneladas de cartón y 4,089 toneladas de plástico playo, que en conjunto equivale a sembrar 618,000 árboles, dejar de consumir más de 145 millones de litros de agua, ahorrar 85,869 barriles de petróleo o dejar de utilizar 20 millones de KW/h de energía.

13	Acción por el clima		Durante el 2020, se introdujo la utilización de energía solar para complementar el uso de la energía eólica, junto con la inversión de Ps.40 millones para la instalación de luminarias ahorradoras de energía en las tiendas de la Compañía, reduciendo la emisión de carbono.
14	Vida Submarina		Objetivo de contribuir a la conservación de los mares y cuerpos de agua mediante sus decisiones de compra, Grupo Chedraui anunció el pasado mes de octubre, en el marco del Summit Latinoamericano de Pesca y Acuicultura Sustentables, su política de compra para productos pesqueros sustentables, convirtiéndose con ello en la primera cadena de supermercados en América Latina en sumarse a este movimiento.
15	Vida de Ecosistemas Terrestres		Gracias a la dispersión de semillas realizada mediante drones durante 2019, la zona reforestada en Veracruz tiene este año 1,100 pinos nuevos por hectárea. Y durante 2020, se dio seguimiento a las más de 100 hectáreas reforestadas con Drones en los estados de Veracruz y Oaxaca en el 2019.
16	Paz, Justicia E Instituciones Sólidas		N/A
17	Alianzas para Lograr el Objetivo		N/A

Derivado de la recopilación de la información se encontró que Chedraui realiza programas y acciones que dan soporte a algunos de los ODS de la Agenda 2030 de la ONU. Observando que la ODS 16 y ODS 17 por la naturaleza de su giro comercial no aplica acciones a estos objetivos y por supuesto a las metas.

Aunado a ello se realizó el análisis de contenido de diferentes proveedores de productos de la canasta básica de Chedraui. Se presenta a continuación la información encontrada.

En Chedraui consciente poder mantener estrategias de ofertar siempre los precios más bajos y contar con productos de calidad, es fundamental tener una relación de excelencia con más de los 2,200 proveedores, cuya accesibilidad y eficiencia en la entrega, representa uno de los principales pilares de la Compañía.

De acuerdo con (Ruiz Becerra, 2018), la Canasta Básica Alimentaria (CBA) es un instrumento de política social, consensuada internacionalmente como indicador de una dieta estándar, que deriva del patrón de consumo de un país. Se considera una herramienta de utilidad práctica que mide, de manera directa, los requerimientos mínimos de alimentos y nutrimentos necesarios para la subsistencia, determinados por el nivel de ingreso de los hogares; y de manera indirecta, los niveles de pobreza y desigualdad social.

En México dicho instrumento se aplica de manera oficial desde 1982, aunque a partir del 2009 su elaboración y eficacia han sido responsabilidad del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), institución descentralizada y autónoma que se encarga de medir la pobreza

La canasta básica alimentaria implica un mínimo de alimentos, es lo básico que necesita un grupo familiar para no caer en la necesidad alimentaria. Los grupos de productos que integran la Canasta Básica son:

Granos Básicos (Maíz, frijol, avena, arroz, café, etcétera), Carne, pescado, huevos, leche y productos derivados, Higiene personal (Papel higiénico, pañales desechables, pasta dental, entre otros), Farmacéuticos (agua oxigenada, banditas adhesivas, algodón, preservativos, y demás), Productos de limpieza (detergente, jabón, etcétera), Frutas y verduras. (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, 2020)

Tabla 2.- Análisis de proveedores de Chedraui de la canasta básica de México.

(Expansión S.A. de C.V., 2022)



No.	Producto	Proveedor	Producto más representativo y vendible	Responsabilidad social ODS Agenda 2030
1	Aceite vegetal comestible	Empresa Mexicana RAGASA	NUTRIOLI	3 salud y bienestar 8 trabajo decente y crecimiento económico 15 vida de ecosistemas terrestres
2	Arroz en grano	Empresa Mexicana Verde Valle	Arroz Verde Valle	3 salud y bienestar 15 vida de ecosistemas terrestres
3	Atún en aceite en hojuela	Empresa Mexicana Herdez	Atún Herdez	2 hambre cero 5 igualdad de género 6 agua limpia y saneamiento 7 energía asequible y no contaminante 8 trabajo decente y crecimiento económico 12 producción y consumo responsable 13 acción por el clima
4	Azúcar estándar	Empresa Mexicana Zucarmex	Azúcar Zulkar	2 hambre cero 4 educación de calidad 8 trabajo decente y crecimiento económico 9 industria, innovación e infraestructura

VISIÓN A LA INNOVACIÓN SOCIAL

				11 ciudades y comunidades sostenibles
5	Carne de res	Empresa Mexicana Practi Rico	Carne de res (albóndigas) Practi Rico	En la página oficial de la empresa no expone ninguna relación con la ODS de la agenda 2030.
6	Carne de cerdo	Empresa SuKarne Empresa hermana Salud digna	Carne de cerdo SuKarne	1 fin de la pobreza 2 hambre cero 3 salud y bienestar 4 educación de calidad 5 igualdad de genero 6 agua limpia y saneamiento 8 trabajo decente y crecimiento económico 9 industria, innovación e infraestructura 11 ciudades y comunidades sostenibles 12 producción y consumo responsable
7	Frijol negro	Empresa Mexicana La costeña	Frijoles enlatados La costeña	1 fin de la pobreza 2 hambre cero 4 educación de calidad 6 agua limpia y saneamiento 8 trabajo decente y crecimiento económico 9 industria innovación e infraestructura 11 ciudades y comunidades sostenibles 13 acción por el clima

8	Huevo de gallina	Empresa Mexicana El Calvario	Huevo de gallina	2 hambre cero 3 salud y bienestar 4 educación de calidad 6 agua limpia y saneamiento 7 energía asequible y no contaminante 9 industria innovación e infraestructura
9	Jabón de tocador	Empresa Colgate-palmolive	Jabón Palmolive	Reconocimiento en 2021 en los índices de sostenibilidad Dow Jones por quinto año consecutivo y la distinción Gold Class en la industria de productos para el hogar en el Anuario de sostenibilidad 2022 publicado por S&P Global. También nombrados Socio del Año de ENERGY STAR® de la EPA de EE. UU. por undécimo año consecutivo y recibimos el Premio a la Excelencia Sostenida por nuestro liderazgo continuo y contribuciones superiores a ENERGY STAR Cumple con las ODS de la agenda 2030
10	Leche	Empresa Mexicana Lala	Leche Lala	Se Observa que cumple con 16 de los 17 ODS agenda 2030, donde el ODS 14 Vida submarina no se aprecia en su página ninguna estrategia.

11	Manzana	Empresa Mexicana Agroparque Esperanza	Manzanas	1 fin de la pobreza 2 hambre cero 3 salud y bienestar 4 educación de calidad 6 agua limpia y saneamiento 7 energía asequible y no contaminante 8 trabajo decente y crecimiento económico 9 industria innovación e infraestructura 11 ciudades y comunidades sostenibles 12 producción y consumo responsable 15 vida de ecosistemas terrestres
12	Pan blanco de caja	Empresa Mexicana Bimbo	Pan blanco Bimbo	Cuenta con acciones y programas que cubren los 17 ODS de la agenda 2030 de la ONU
13	Papel higiénico	Empresa USA Procter and Gamble	Papel Charmin	De acuerdo con su reporte anual realiza acciones y programas de sustentabilidad que cubren los ODS de la ONU
14	Pasta para sopa	Empresa Mexica La Moderna	Sopa de pasta La Moderna	De acuerdo con su informe anual realiza acciones y programas de sustentabilidad que cubren los ODS de la ONU
15	Carne de Pollo	Empresa Mexicana Bachoco	Pollo Bachoco	2 hambre cero 3 salud y bienestar 4 educación de calidad

VISIÓN A LA INNOVACIÓN SOCIAL

				6 aguas limpia y saneamiento 7 energía asequible y no contaminante 9 industria innovación e infraestructura
16	Sardina en tomate en lata	Empresa Mexica Guaymex	Sardina en latada Guaymex	De acuerdo con su reporte anual realiza acciones y programas de sustentabilidad que cubren los ODS de la ONU
17	Zanahoria	Empresa Mexicana Campo Vivo	Bolsa de Zanahorias Orgánica	De acuerdo con su reporte anual realiza acciones y programas de sustentabilidad que cubren los ODS de la ONU

Se resume la información anterior en la siguiente gráfica, la cual nos muestra de manera visual cuales son los ODS

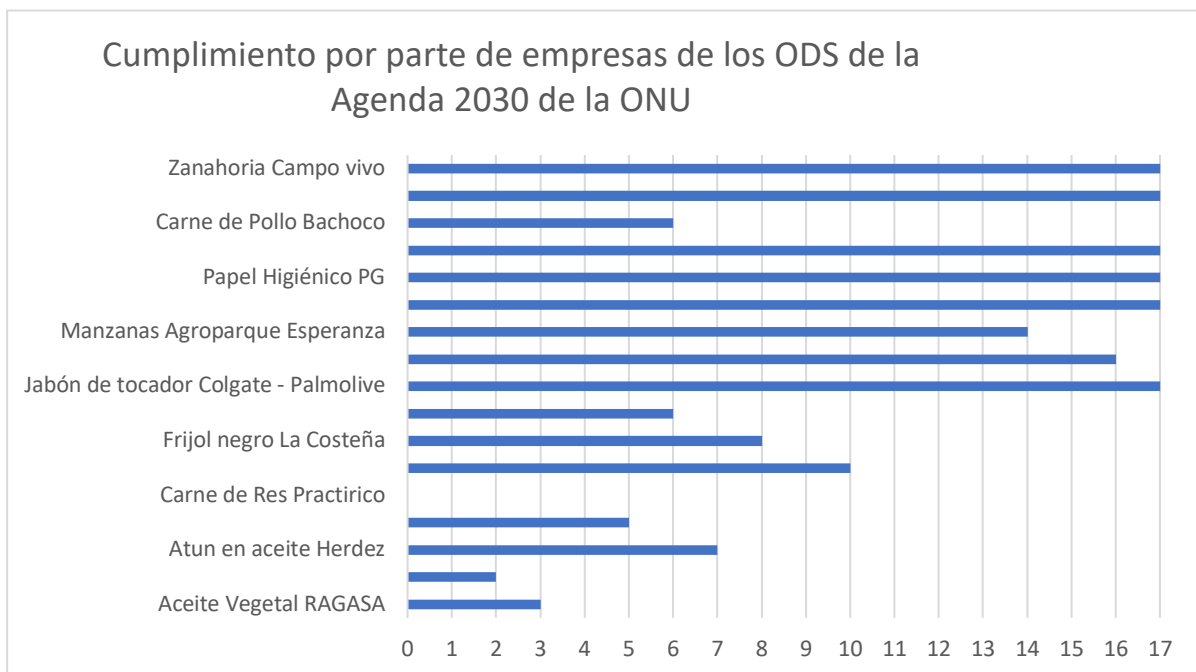


Figura 2. Número de ODS de la agenda 2030 de la ONU que cumplen las empresas proveedoras de Grupo Chedraui.

Se realizó una revisión de las páginas oficiales de cada uno de los proveedores elegidos que surten de productos al Grupo Chedraui. el análisis de contenido se basa en el paradigma cualitativo y consiste en investigar a través de la oferta y producción de cada proveedor. en esta revisión, se buscó primeramente los productos de mayor consumo para las familias, lo cual permitió identificar el número de los principales insumos de la canasta básica, establecidos por el gobierno, por lo tanto, se recopiló la información mediante una revisión de los sitios web mostrados en la tabla, buscando también su interacción de los ODS de la agenda 2030 de la ONU.

Tabla 3.- Tabla de proveedores y sus sitios web

No.	Proveedor	PAGINA DE INTERNET
1	Empresa Mexicana RAGASA	1.- https://www.ragasa.com.mx/quienes-somos/#:~:text=Prote%C3%ADnas%20Naturales%20S.A.%20de%20C.V.,una%20capacidad%20de%20600%20TPD.
2	Empresa Mexicana Verde Valle	https://www.verdevalle.com/conocenos
3	Empresa Mexicana Herdez	https://grupoherdez.com.mx/estrategia-de-sustentabilidad/
4	Empresa Mexicana Zucarmex	https://www.zucarmex.com/
5	Empresa Mexicana Practi Rico	https://www.practirico.com/donde-comprar.html
6	Empresa SuKarne Empresa hermana Salud digna	https://www.sukarne.com/
7	Empresa Mexicana La costeña	https://www.lacostena.com.mx
8	Empresa Mexicana El Calvario	https://www.elcalvario.com.mx/
9	Empresa Colgate- palmolive	https://www.colgatepalmolive.com.mx/
10	Empresa Mexicana	https://www.lala.com.mx/nuestra-historia

	Lala	
11	Empresa Mexicana Agroparque Esperanza	https://agroparqueesperanza.com/quienes-somos/
12	Empresa Mexicana Bimbo	https://www.grupobimbo.com
13	Empresa USA Procter and Gamble	https://latam.pg.com/
14	Empresa Mexicana La Moderna	https://www.lamoderna.com.mx/
15	Empresa Mexicana Bachoco	https://corporativo.bachoco.com.mx/wp-content/uploads/2022/04/Informe_Sustentabilidad_2021.pdf
16	Empresa Mexicana Guaymex	https://www.guaymex.com/
17	Empresa Mexicana Campo Vivo	https://campovivo.com.mx/

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

El Grupo Comercial Chedraui, S.A.B. de C.V., es la tercera cadena más importante en el sector de tiendas de autoservicio en México, en el cual participa, por medio de diversos formatos, y unidades de negocio e incluso teniendo ya participación en Estados Unidos a partir del 2010. Grupo Comercial Chedraui es una de las empresas que están generando estrategias de comercialización dentro de la cadena de suministros verde cuidando de gran manera los recursos naturales y por ende el medio ambiente teniendo como principal objetivo la satisfacción de los clientes, lo cual le permite formar una cadena sustentable dentro de sus procesos operativos. Con la finalidad de reducir los riesgos ambientales, económicos y sociales y también para garantizar un nivel justo de trato humano dentro y fuera de su organización. Chedraui cuenta con ODS ligados junto con sus proveedores, por ejemplo, con Nestlé tienen bien desarrollado los ODS que se refieren a 1 referido a eliminar la pobreza en todas sus formas, 2 el cual es referido al hambre cero, 3 de salud y bienestar, 8 el cual habla de trabajo decente y crecimiento económico, 12 el cual

habla de producción y consumo responsable con el objetivo de fomentar comunidades justas y alianzas en la unión mundial para el desarrollo sustentable. En Chedraui se oferta siempre los precios más bajos con productos de calidad, con una relación de excelencia con más de los 2,200 proveedores, cuya accesibilidad y eficiencia en la entrega, representa uno de los principales pilares de la Compañía. Los programas y acciones encontrados muestran que en su mayoría los proveedores de Chedraui están alineados a la sustentabilidad medioambiental, si bien la cadena de suministro busca entregar el mejor servicio al menor costo posible, completar el concepto a “cadena verde”, implica hacerlo reduciendo el impacto medioambiental y asegurarse que se hace un impacto social positivo. Del mismo modo el reverdecimiento de la cadena de suministro es una contribución empresarial a las comunidades, al mundo es por esto por lo que una cadena de suministro verde también puede representar oportunidades de negocio.

Algunos puntos son los siguientes:

- Genera y consume de manera eficiente sus sistemas energéticos.
- Realiza operaciones de optimización de activos logísticos, por ejemplo, almacenes, inventarios.
- El diseño de producto es sustentable al ser analizado el ciclo de vida completo, verificando el impacto ambiental a generar cuando el producto es consumido por el usuario final.
- Establece compromisos con sus proveedores y clientes para tener objetivos en común en cuanto a la mejora en producto, calidad y servicio.

Los aspectos anteriores crean un impacto ecológico positivo en el éxito del negocio, convirtiendo a la cadena de suministro convencional en verde generando ideas que poco a poco cambian hacen reflexionar acerca de la conservación medioambiental a los clientes y personas en general. (Sistemas Interactivos de Consultoría S.A. de C.V., 2013)

REFERENCIAS

- Arizpe, J. (junio de 2019). La cadena de suministro verde: su importancia e integración en las organizaciones contemporáneas. *International Journal of Good Conscience*, 14(1), 320-324.
- El Saadany, A. J. (2011). *Management Research Review*. *Management Research Review*, 34(11), 1201-1221. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/01409171111178756>
- Expansión S.A. de C.V. (2022). Productos de la canasta básica que debería costar 1,038 pesos, según AMLO. Obtenido de <https://expansion.mx/finanzas-personales/2022/10/20/24-productos-de-la-canasta-basica-mexico>
- Gamez, M. (2022). Objetivos y metas de desarrollo sostenible. Desarrollo Sostenible. Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Grupo Chedraui. (2020). Acerca de Chedraui. Obtenido de <https://iaichedraui2020.investorcloud.net/perfil#acerca>
- Grupo Chedraui. (2020). Grupo Comercial Chedraui. Obtenido de Acerca de nosotros: https://www.grupochedraui.com.mx/en/informacion_del_grupo/index.html
- Grupo Chedraui. (2020). Informe Anual 2020. Obtenido de <https://iaichedraui2020.investorcloud.net/>
- Harms, D. H. (2013). Strategies in Sustainable Supply Chain Management. An Empirical Investigation of Large German Companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. *International Journal of Manufacturing and Technology*, 5-9. doi:10.1002/csr.1293
- Mihelmic, J., & Zimmerman, J. (2012). *Ingeniería Ambiental: Fundamentos, sustentabilidad, Diseño*. México: Alfaomega.

- Mol, M. J. (2016). Purchasing's strategic relevance. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 9(1), 43-50.
- Mutingi, M. (2013). Developing green supply chain management strategies: A taxonomic approach. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 1-22.
- Rameshwar, D. (2016). Sustainable Supply Chain Management: Framework and Further Research Directions. *Journal of Cleaner production*, 1-51.
- Ruiz Becerra, P. D. (2018). CANASTA ALIMENTARIA DE MÉXICO: CAMBIOS DIETARIOS Y PROBLEMAS DE REPRESENTATIVIDAD REGIONAL. *Agroalimentaria*, 59-75. doi:ISSN: 1316-0354
- Salazar, M. (2014). Cadenas de suministro verdes, una respuesta al desempeño ambiental. *Inventio, la génesis de la cultura universitaria en Morelos*, 43-48.
- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural. (26 de Mayo de 2020). Canasta básica: Importancia y avances. Obtenido de <https://www.gob.mx/agricultura/articulos/canasta-basica-importancia-y-avances>
- Sistemas Interactivos de Consultoría S.A. de C.V. (2013). SINTEC Customer Operation Strategy. Obtenido de <https://sintecprod.wpenginepowered.com/wp-content/uploads/2013/10/Ser-verde-jamas-fue-tan-redituable.pdf>
- Srivastava, S. K. (2007). Green Supply Chain Management: A State of the Art Literature Review. *International Journal of Management Reviews*, 53-80. doi:DOI: 10.1111/j.1468-2370.2007.00202

ACOSO SEXUAL CALLEJERO EN MUJERES ADULTAS DE CAMPECHE.

GABRIELA ISABEL PÉREZ ARANDA¹, SINUHÉ ESTRADA CARMONA², LILIANA GARCÍA REYES³

RESUMEN

La violencia contra las mujeres es un tema vigente que ha tenido gran impacto en la cotidianidad, lo que ha llevado a su normalización tanto en esfera privada como en la pública; en diversos países de América Latina existen observatorios de acoso sexual callejero, no así en México, lo que resulta en poca información con respecto a otros países. El objetivo del estudio fue analizar el acoso sexual callejero (ASC) en mujeres jóvenes de Campeche. La muestra se conformó por 635 mujeres entre 18 y 62 años ($M=22.68$). La variable fue medida mediante la Escala de Acoso Sexual Callejero (EASC) misma que obtuvo una confiabilidad de .931. Se encontró que el 99.7% de las mujeres han experimentado acoso sexual callejero; el 38.7% reporta un ASC constante. No se encontraron relaciones estadísticamente significativas ($p>0.05$) entre la edad y el nivel de ACS lo que indica que mujeres viven este tipo de acoso por igual sin distinción de edad.

Palabras clave: Acoso Sexual, Acoso Sexual Callejero, Violencia contra las mujeres.

ABSTRACT

Violence against women is a current issue that has had a great impact on daily life, which has led to its normalization both in the private and public spheres; In several Latin American countries there are observatories of street sexual harassment, but not in Mexico, which results in little information regarding other countries. The objective of the study was to analyze street sexual harassment (SSH) in young women from Campeche. The sample consisted of 635 women between 18 and 62

¹ Universidad Autónoma de Campeche. gaiperez@uacam.mx

² Universidad Autónoma de Campeche. sestrada@uacam.mx

³ Universidad Autónoma de Campeche. ligarcia@uacam.mx

years old ($M=22.68$). The variable was measured using the Street Sexual Harassment Scale (EASC), which obtained a reliability of .931. It was found that 99.7% of women have experienced street sexual harassment; 38.7% report a constant SSH. No statistically significant relationships ($p>0.05$) were found between age and the level of SSH, which indicates that women experience this type of harassment equally regardless of age.

Keywords: Sexual Harassment, Street Sexual Harassment, Violence against women

INTRODUCCIÓN

La violencia contra las mujeres se entiende como cualquier acto de violencia dirigido a mujeres que tenga o pueda tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico, así como también las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de la libertad, tanto si se producen en la vida pública como privada (Porter & López-Angulo, 2022).

Esta problemática continúa siendo grave y generalizada, según datos de la OMS (2021) alrededor de 736 millones de mujeres (una de cada tres) son receptoras de violencia física o sexual, cifra que se ha mantenido relativamente estable en los últimos diez años. Cada vez más mujeres jóvenes y niñas reciben algún tipo de violencia.

La importancia de la definición expuesta con anterioridad radica en la visibilización de la vivencia de violencia tanto en esferas privadas como públicas, es en esta última donde se da el acoso sexual callejero, un problema social que hasta hace algunas décadas no se le tomaba tanta importancia por la normalización de estas conductas o bien por la justificación de éstas a través del cortejo (Mallco, 2022).

El acoso sexual es cualquier comportamiento ya sea físico o verbal de naturaleza sexual que tenga el propósito o produzca el efecto de atentar contra la dignidad de una persona; se considera una forma de violencia que conlleva un ejercicio abusivo de poder, aunque no haya subordinación de la víctima; la coloca en un estado de indefensión o de riesgo; y se concreta en uno o varios eventos (CNDH México, 2017), en la modalidad de acoso sexual callejero, suele manifestarse a través de

miradas, sonidos, bocinazos, gestos, palabras vulgares, insinuaciones sexuales o insultos ofensivos en sentido sexual (García & Santos, 2021) en todo tipo de espacios donde la mujer se desenvuelva (Arteaga & Díaz, 2021).

El Acoso Sexual Callejero (ASC) fue definido en la década de los noventa por Cynthia Bowman (1993) como acciones, gestos y manifestaciones de naturalezas sexuales y misóginas, no consentidas y habituales que hombres desconocidos dirigen hacia las mujeres en los espacios públicos y tienen como efecto anular a la mujer como sujeto de derechos al situarla como objeto sexual a través de la humillación, el miedo y la intimidación. Más recientemente se entiende el ASC como cualquier práctica de connotación sexual (sea explícita o implícita) que es ejercida en espacios públicos principalmente por un desconocido para la receptora; estos actos de violencia en ocasiones son “pasivos” y en otras más evidentes, no obstante, debido a la normalización de éstos, en la mayoría de los casos no hay repercusiones de ninguna índole para los agresores (Echavarría, 2021), además tiene una función de control social difuso sobre los cuerpos de las mujeres pues limita la autonomía (Zuluaga, 2022).

Para González, Persingola, Zanotti y Bagnoli (2020) las definiciones actuales no distan de la expuesta por Bowman en tanto comparten como características que las mujeres son las principales víctimas de este fenómeno y que los hombres son sus principales actores, sin embargo, agregan que aquellos hombres que expresan su identidad de género no concorde a su sexo asignado también suelen ser receptores de acoso sexual callejero. En México, el INEGI (2021) a través de la Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares (ENDIREH) define como “violencia comunitaria” a todo acto individual o colectivo que transgrede derechos fundamentales de las mujeres y propician su denigración, discriminación, marginación o exclusión, ejercido por personas de la comunidad.

Tal como menciona Claudia Hernández (2022) en México, el 71% de las mujeres mayores de 18 años perciben inseguridad pública, solo el 36% refiere sentirse segura en las calles que transita con regularmente, sólo el 23% mencionan sentirse seguras en el transporte público. A nivel mundial, un estudio realizado por Ceccato y Laokaitou (2021) en distintos continentes reveló que la movilidad estudiantil se

afecta debido a las estrategias de evasión que jóvenes implementan para no hacer uso del transporte público en horarios que perciben como riesgosos; ONU Mujeres (2019) refiere que a nivel internacional la prevalencia del acoso sexual en espacios públicos es generalizada. Por otra parte, la Ciudad de México se encuentra entre las tres ciudades con mayor tasa de victimización por acoso sexual callejero siendo las mujeres de bajos ingresos quienes refieren mayor acoso debido a no contar con trasportes particulares (Ceccato & Loukaitou, 2021), algunos datos mencionan que nueve de cada diez mujeres han sido víctimas de algún tipo de violencia sexual en sus recorridos cotidianos (ONU Mujeres México, 2019).

Este tipo de violencia se puede clasificar en cinco grupos (Medina & Zapana, 2016): *acoso expresivo* entendido como el uso del cuerpo para transmitir o agregar énfasis a un mensaje verbal utilizando así gestos, miradas, ademanes, sonidos, gemidos, silbidos, etc.; *acoso verbal* en donde se usan palabras para transmitir mensajes sexuales no solicitados, comúnmente estos son descritos como “piropos” (Zuluaga, 2022); *acoso físico* en donde se envuelven todos los tocamientos no autorizados, incluido aquellos realizados mediante el uso de objetos; *persecuciones* acción que consiste en seguir permanentemente a una mujer y, por último; *exhibicionismo* caracterizado por mostrar los genitales a una persona en vía pública, en algunas ocasiones acompañado de masturbación.

Las consecuencias del acoso sexual callejero son diversas; García y Santos (2021) refieren cambio de residencias, cambio de trabajos, reducción de la frecuencia de salir de casa y la suspensión de actividades cotidianas dentro de las consecuencias más comunes; estas autoras encontraron en su investigación una asociación de bienestar psicológico bajo y una frecuencia elevada de experimentar acoso callejero, principalmente relacionado a expresiones de contenido sexual. Por otra parte, Arteaga y Díaz (2021) a través de un análisis de factores concluyeron que el acoso sexual callejero afecta de manera negativa a los niveles de autoestima de las mujeres que lo experimentan; Zuluaga (2022) describe cambios conductuales como “vestir mal”, evitar por completo lugares específicos en horas determinadas o buscar la compañía de un hombre a manera de “escudo” para transitar en la vía pública mientras que ONU Mujeres México (2019) refiere aislamiento, inseguridad

aprendida y transmisión del sentimiento de inseguridad a otras mujeres y niñas, sentimientos de responsabilidad como parte de las consecuencias del ASC.

En cuestiones legales ONU Mujeres México (2019) refiere que la suprema Corte de Justicia de la Nación no ha desarrollado criterio en cuanto al acoso sexual que se suscita en espacios públicos; aún cuando la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia establece obligaciones y principios relacionados a distintos tipos de violencia contra las mujeres, no existen disposiciones específicas para prevenir y sancionar el acoso sexual en espacios públicos, lo que deriva en la imposibilidad de las mujeres para denunciar al no existir tipificación o procedimiento específico y, por ende, no existe sanción a la conducta ni acceso a una reparación integral, eliminando así cualquier garantía de no repetición.

El panorama descrito con anterioridad amerita la realización de investigación sobre el ASC con la finalidad de visibilizar la problemática y conocerla para generar datos útiles en miras del desarrollo de modelos de intervención o políticas públicas destinadas a contrarrestarlo; es por ello por lo que el objetivo del presente estudio fue analizar el Acoso Sexual Callejero en mujeres adultas de la ciudad de Campeche.

CONTENIDO, MATERIAL Y MÉTODOS

Diseño

Se trató de un estudio cuantitativo, de alcance descriptivo dado que su objetivo fue analizar el acoso sexual callejero en mujeres de Campeche; de diseño no experimental transversal puesto que la recolección de los datos se llevó a cabo de un único momento.

Participantes

Se utilizó una muestra no probabilística con la técnica de bola de nieve, logrando un total de 635 mujeres entre los 18 y 62 años ($M=22.68$); el 92.9% de ellas refirió ser soltera, el 6.5% casada y el 0.6% divorciada.

Instrumentos

La variable fue medida por medio de la Escala de Acoso Sexual Callejero (EASC) misma que se compone de 30 ítems enfocados a explorar la vivencia de acoso

sexual callejero en mujeres. Al analizar la confiabilidad del instrumento con Alfa de Cronbach se obtuvo un coeficiente de .931.

Los resultados del instrumento se distribuyeron en cuatro categorías según se muestra a continuación:

Tabla 1. Distribución de categorías de Acoso Sexual Callejero

Categoría	Rango percentil	Rango de puntaje
Sin acoso	-	30 puntos
Acoso esporádico	1-30	31-58
Acoso frecuente	31-60	59-71
Acoso constante	61-99	72-150

1. Sin acoso: Bajo el criterio de cero tolerancia, en esta categoría se ubican aquellas mujeres que contestaron “nunca” a todos los ítems de la escala, obteniendo así el puntaje más bajo posible. Esta categoría hace referencia a las mujeres que, desde su percepción, nunca han experimentado situaciones de acoso sexual callejero.
2. Acoso esporádico: Los puntajes ubicados entre el percentil 1 y 30, se refiere a las mujeres que reportan experimentar ASC de manera poco frecuente en su cotidianidad.
3. Acoso frecuente: Los puntajes ubicados en el percentil 31 y 60. En esta categoría se ubican las mujeres que refieren experimentar ASC frecuentemente.
4. Acoso constante: Los puntajes ubicados por encima del percentil 60. En esta categoría se encuentran todas aquellas mujeres que reportaron experimentar ASC la mayoría del tiempo que se encuentran en las calles.

Procedimiento

Debido a las condiciones sanitarias derivadas de la pandemia por COVID-19 el instrumento de medición fue distribuido a la población a través de la plataforma Google Forms; el instrumento en su versión digitalizada fue compartido con la intención de llegar a la mayor cantidad de mujeres posibles bajo la técnica de bola de nieve, el proceso de recolección de datos duró aproximadamente un mes.

Posterior a la obtención de datos, se diseñó una base de datos haciendo uso del software SPSS en su versión 25, mismo donde los resultados fueron procesados. Para el análisis de los datos se utilizó estadística descriptiva y pruebas de hipótesis como la R de Pearson y la prueba ANOVA de un factor.

Consideraciones éticas

Todas las mujeres que participaron en este estudio dieron su consentimiento informado previo a la recolección de datos. La investigación se llevó a cabo de acuerdo con la Declaración de Helsinki de 1975 revisada en 2000, bajo las normas del código nacional de ética para la investigación psicológica y la ley de salud nacional y local.

En ninguna fase del estudio se recolectaron datos personales que permitieran la identificación de las mujeres que accedieron a participar.

RESULTADOS

Tabla 2. Distribución de frecuencia de niveles de Acoso Sexual Callejero

Nivel de acoso	Frecuencia	Porcentaje
Sin acoso	2	.3
Acoso esporádico	192	30.2
Acoso frecuente	195	30.7
Acoso constante	246	38.7
Total	635	100.0

El 99.6% de las mujeres que participaron en el estudio reportan recibir acoso sexual callejero de manera, esporádica, frecuente o constante. Más de una tercera parte (38.7%) de ellas refiere recibir este tipo de acoso de manera constante en su vida. Sólo el 0.3% menciona no haber experimentado acoso sexual en calle.

Tabla 3. Análisis correlacional entre la edad y el acoso sexual callejero

		Edad	ASC
Edad	Correlación de Pearson	1	-.042
	Sig. (bilateral)		.295
ASC	Correlación de Pearson	-.042	1
	Sig. (bilateral)	.295	

No se encontraron relaciones estadísticamente significativas entre la edad de las mujeres y la frecuencia de la vivencia de ACS ($p>0.05$), lo cual indica que, sin importa el rango de edad al que pertenezcan, las mujeres que participaron experimentan ACS en, relativamente, la misma medida. Aunque los grupos de

edades no se encuentran equilibrados, en la siguiente tabla se expone información más detallada.

Tabla 4. Distribución de niveles de acoso sexual callejero según rango de edad

Rango de edad	ASC categoría			
	Sin acoso	Acoso esporádico	Acoso frecuente	Acoso constante
	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
Adultas jóvenes (N=601)	0.3%	29.3%	30.6%	39.8%
Adultas (N=32)	0	50%	31.2%	18.8%
Adultas mayores (N=2)	0	0	50%	50%

Las mujeres adultas jóvenes (18-30 años) y adultas mayores (más de 55 años) son quienes reportan mayor frecuencia de ASC. Las mujeres adultas (31-55 años) se ubican, en su mayoría, en acoso sexual esporádico, esto puede deberse a diferentes motivos, probablemente vinculados principalmente al tiempo efectivo que se encuentran en las calles. El 0.3% de las mujeres que reportaron no haber experimentado ACS fueron adultas jóvenes.

Tabla 5. Comparación de medias de acoso sexual callejero según el estado civil.

	N	Media	DE	Prueba ANOVA	
				F	Sig
Soltera	590	68.6390	17.65045	1.549	.213
Casada	41	64.6098	17.12145		
Divorciada	4	77.7500	31.57399		
Total	635	68.4362	17.72486		

No se encontraron diferencias estadísticamente significativas ($p>0.05$) respecto al acoso sexual callejero en función del estado civil, recibiendo así ACS sin distinción.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En la investigación se formuló como objetivo analizar el Acoso Sexual Callejero en mujeres adultas de Campeche; uno de los resultados más relevantes y alarmantes del estudio fue una prevalencia del 96% de Acoso Sexual Callejero en las mujeres que participaron, este resultado coincide con datos a nivel global; se estima que alrededor del 80 y 90% de mujeres han experimentado ASC (Hollaback!; Cornell University, 2015).

Referente al contexto latinoamericano Contreras y Barboza (2022) en un estudio realizado en Lima (Perú) encontraron índices más bajos de ASC pues el 52.5% de las mujeres que participaron en su estudio se ubicó en niveles bajos de violencia; sólo un 6.4% se ubicó en un nivel alto, contrastando así con los datos obtenidos en la investigación que reportaron un 38.7% de mujeres que experimentan ACS constantemente, no obstante, Aranda y Espinoza (2021) también en Perú, pero en la ciudad de Chiclayo encontraron un 82.3% de mujeres que reportan ASC en niveles altos, datos que coinciden en mayor grado con los de este estudio. Los datos de prevalencia por encima del 90% coinciden también con lo señalado por el Observatorio de Acoso Sexual Callejero de Chile (2015) y el Observatorio contra el Acoso Callejero de Guatemala (2022).

En México, la ENDIREH (2021) reporta una prevalencia del 12.7% de violencia comunitaria (en espacios públicos) en zonas rurales y de 25.3% en zonas urbanas; en el Estado de Campeche, se reporta una prevalencia del 40.8%, siendo el 23.7% de este total, violencia de tipo sexual.

En términos generales, encontrar datos sobre el ASC en relación con la edad y estado civil es complicado puesto que la gran parte de los estudios cuantitativos ofrecen datos de prevalencia o bien, del ASC en relación con otras variables como el bienestar psicológico o autoestima. No obstante, La ENDIREH (2021) ofrece datos de prevalencia de violencia general en contra de mujeres de 15 años o más; respecto al estado civil, aquellas personas que reportan mayor porcentaje de violencia son las solteras (28.1%), mientras que las personas separadas, divorciadas o viudas comparten porcentaje con las casadas o unidas (17.2%); los resultados obtenidos por la investigación no encontraron diferencias estadísticamente significativas entre las mujeres de diversos estados civiles, concluyendo así que el ASC se ejerce contra mujeres sin importar su estado civil. En cuanto a la edad tampoco se encontraron diferencias entre los rangos de edad, sin embargo, datos expuestos en la ENDIREH (2021) hacen notar que, en cuanto a violencia general, son las mujeres más jóvenes quienes son receptoras con mayor frecuencia.

Tras el análisis de resultados se concluye que el Acoso Sexual Callejero es común en las mujeres que participaron en el estudio, lo que denota la importancia y urgencia de la atención al tema. Este tipo de violencia es ejercida de manera general sin distinguir estado civil ni edad, se enfatiza la necesidad de incluir en otras investigaciones la exploración de otras variables sociodemográficas para obtener datos que permitan ampliar el conocimiento acerca del fenómeno.

Se hace notar también la importancia del diseño de modelos de intervención y la necesidad de legislar entorno al Acoso Sexual Callejero puesto que de los espacios públicos es el que menos regulaciones y sanciones tiene al respecto.

REFERENCIAS

- Aranda, G., & Espinoza, N. (2021). Acoso sexual callejero y estilos de afrontamiento en mujeres jóvenes de la ciudad de Chiclayo. Chiclayo: Universidad César Vallejo.
- Arteaga, M., & Díaz, Y. (2021). Efectos del Acoso Sexual Callejero y Sexismo Ambivalente sobre la autoestima en mujeres jóvenes y adultas en una muestra nacional (Tesis de grado). Lima: Universidad César Vallejo.
- Bowman, C. (1993). Street Harassment and the Informal Ghettoization of women. *Harvard Law Review*, 517-580.
- Ceccato, V., & Loukaitou, A. (2021). Fear of sexual harassment and its impact on safety perceptions in transit environments: a global perspective. *Violence Against Women*. doi:<https://doi.org/10.1177/1077801221992874>.
- CNDH México. (2017). Hostigamiento sexual y acoso sexual. México: CNDH México.
- Contreras, W., & Barboza, L. (2022). Acoso sexual callejero y bienestar psicológico en mujeres de Lima Norte (Tesis de grado). Lima: Universidad César Vallejo.
- Echavarría, A. (2021). Consecuencias psicológicas del acoso sexual callejero en mujeres de medellín (tesis de grado). Colombia: Universidad EAFIT.
- García, T., & Santos, A. (2021). Acoso Sexual Callejero y Bienestar Psicológico en Mujeres Peruanas de 18 a 29 años de edad, en una muestra nacional. (Tesis de grado). Perú: Universidad César Vallejo.
- González, H., Persingola, L., Zanotti, A., & Bagnoli, L. (2020). Percepción del acoso sexual callejero en mujeres. *Psicología para América Latina*, 121-131.

- Hernández, C. (2022). Las mujeres en alerta por violencia de género en espacios públicos. Comparativo con tres escuelas de educación superior públicas en México. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo.*, 1-36.
- Hollaback!; Cornell University. (2015). Streets harassment statistics in Mexico. Obtenido de Cornell Survey Project: <https://es.slideshare.net/iHollaback/street-harassment-statistics-in-mexico-cornell-survey-project-2015>
- INEGI. (2021). Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares. Obtenido de INEGI: https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/endireh/2021/doc/endireh2021_presentacion_ejecutiva.pdf
- Mallco, J. (2022). Ansiedad estado en mujeres víctimas y no víctimas de acoso sexual callejero en estudiantes de administración de una universidad pública (tesis de grado). Perú: Universidad Autónoma del Perú.
- Medina, G., & Zapana, A. (2016). Representaciones sociales de las mujeres jóvenes sobre el acoso sexual callejero en la ciudad de Puno. *Punto Cero*, 61-84.
- Observatorio contra el acoso callejero de Chile. (Marzo de 2015). ¿Está Chile dispuesto a sancionar el acoso callejero? Obtenido de OCAC: <https://www.ocac.cl/wp-content/uploads/2015/03/Informe-Encuesta-OCAC-2015.pdf>
- Observatorio Contra el Acoso Sexual de Guatemala. (2022). Acoso Callejero. Obtenido de OCAC: <https://ocacgt.org/acoso-callejero/>

- OMS. (2021). Organización Mundial de la Salud. Obtenido de La violencia contra la mujer es omnipresente y devastadora: la sufren una de cada tres mujeres: <https://www.who.int/es/news/item/09-03-2021-devastatingly-pervasive-1-in-3-women-globally-experience-violence>
- ONU Mujeres México. (2019). Análisis comparado internacional de la legislación contra el acoso sexual en espacios públicos. México: ONU Mujeres.
- Porter, B., & López-Angulo, Y. (2022). Violencia vicaria en el contexto de la violencia de género: un estudio descriptivo en iberoamérica. CienciAmérica. doi:<https://doi.org/10.33210/ca.v11i1.381>
- Zuluaga, M. (2022). Consecuencias psicológicas del acoso sexual callejero en mujeres de Medellín Colombia. Colombia: Universidad EAFIT.

EL TESTAMENTO EN MEXICO Y SU ESCENARIO GLOBAL

ANA PATRICIA RICARDEZ ESPINOSA¹, ALICIA AXLE RICARDEZ², JHOSEL RAMSES ORTEGA VARGAS³

RESUMEN

El otorgar testamento constituye la toma de decisiones por parte del testador respecto de la forma en la que quiere disponer de sus bienes al momento de su fallecimiento, y también es la anticipación de las consecuencias que se generarían si no se dictara, tanto morales, legales y económicas, hacia los herederos que éste designe. En un escenario global, la existencia de este documento implica la legal proyección del deseo del otorgante ante el reparto de sus pertenencias y, en consecuencia, la certeza jurídica que tiene él mismo al asentarlos debidamente por escrito para que así su voluntad se cumpla al momento de su deceso; Sin embargo, a pesar de la importancia y beneficios de dictarlo, y las consecuencias que se generan al no hacerlo, en México, culturalmente existe una falta de conciencia de la importancia de otorgar testamento y desinformación en el tratamiento de temas relacionados con el deceso de una persona, ocasionando prejuicios y dudas, las cuales pueden ser explicadas por un asesor jurídico, para informarle al testador acertadamente el proceso, los beneficios y cuáles son las consecuencias en la esfera jurídica de sus bienes con respecto de sus herederos designados, y también la seguridad jurídica que les brinda en el momento que ocurra el deceso de su otorgante.

Palabras clave: Testamento, Cultura, Decisión, Escenario Global, Seguridad Jurídica

¹ Universidad Veracruzana. aricardez@uv.mx

² Universidad del Valle de Mexico. alicia.axle@gmail.com

³ Universidad Veracruzana. zc20010866@estudiantes.uv.mx

ABSTRACT

The granting of a will constitutes the decision taking act by the testator regarding the way in which he wants to dispose of his assets at the time of his death, and is also to see through the consequences that would follow in case of the lack of one, in the moral, legal and economic aspect, for he designates heirs. In a Global Scenario, the existence of this document implies the legal projection of the testator's wishes on his belongings, this meaning, the legal certainty that this gives to him by putting it in writing for when the time of his passing comes; Regardless of the importance and benefits that comes by making a will, and the consequences that come by not having one, in Mexico, the culture lacks of conscience of the importance of leaving a will and has desinformation on threatening themes that involves the passing of a person, generating prejudices and doubt, that can be explained by a legal expert, that will give the testator the information necessary regarding the process, benefits and the consequences in his patrimony's legal status concerning the heirs he designated in his will, and also the legal certainty that it brings to them when the time of his passing comes.

Keywords: (inglés): Will, Culture, Decision, Global Scenario, legal certainty

INTRODUCCIÓN

El testamento es una figura jurídica contemplada en el código civil de cada Entidad Federativa en México, cuya finalidad es que el testador, que es el autor de los bienes y de la herencia, disponga del destino de su patrimonio, tanto bienes como cargas o condiciones, y decida quien será aquella persona que, de aceptarlo, pase a ser el propietario, de lo contrario la misma ley contiene disposiciones sobre quiénes serán los sujetos con derecho a dar apertura a la sucesión, ponerse de acuerdo sobre la misma y repartirla. Por lo que la esfera jurídica que envuelve los bienes que pasan a formar parte de la masa hereditaria, de la cual si no dispone de ellos su propietario lo decidirá la autoridad jurisdiccional con base a lo establecido en la ley, trascienden el ámbito legal para permear en el moral y económico de aquellos que fueran instituidos como herederos; sin embargo, puede tener un impacto menor en estos

aspectos si el que es el autor de la herencia deja testamento para que este se perfeccione al momento de su fallecimiento.

El presente artículo expone el reciente índice de participación en el otorgamiento del testamento en México, por parte de la población mexicana que tiene la capacidad legal, cifras que son computadas cada año por la Secretaría de Gobierno (SEGOB) en colaboración con el Colegio Nacional del Notariado Mexicano (CNNM), las cuales no son de libre acceso al público, pero que se han dado a conocer a través de los años.

Se exponen las que pueden ser las principales causas por las cuales el remanente poblacional no lo ha hecho, puntualizando cual es la importancia y los beneficios de dictar uno, razones por las que el Gobierno Federal lo promueve cada año, incluso sobre los demás tipos de testamento permitidos por la ley, es el testamento publico abierto el cual se otorga ante la fe de un notario público, y es incluso objeto de una campaña en septiembre, promovido por la misma SEGOB, donde realiza campaña promoviendo la importancia de dictar uno y las consecuencias que puede tener en el patrimonio de una persona cuando este fallezca.

También se observa una exposición al panorama global en el aspecto de la densidad de población y de la forma en que se ha otorgado en otros países del mundo que también cuentan con la figura jurídica del testamento, y que acciones toma su país para promoverlo. De dichos puntos se realiza un análisis comparativo para exponer las diferencias que tiene la figura del testamento en México, con su escenario global, con otros países.

CONTENIDO, MATERIAL Y MÉTODOS

En toda la codificación civil alrededor de México está contemplado el testamento en sus diferentes modalidades, siendo la del estudio en cuestión la más común, que es el testamento público abierto, que debe de ser otorgado ante la fe de un notario público. La Secretaria del Gobierno junto con el Colegio Nacional del Notariado Mexicano recopilan los resultados estadísticos de la densidad de población que otorga su testamento a través de los años, la cual es mencionada en ocasiones por el CNNM en su revista especializada “Escribano”, dicha cifra la maneja oficialmente

la SEGOB, no el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), porque solo se puede obtener esta cifra a través del Registro Nacional de Testamentos (RENAT), cuyo banco de datos es llenado por los Notarios Públicos del país al dar el aviso de testamento cuando una persona lo ha otorgado ante su fe.

El enfoque global es tomado de los enlaces encontrados en la página oficial de internet de la Unión Internacional del Notariado Latino (UINL), los cuales hacen referencia a los datos otorgados por algunos de sus países miembros en torno a la situación que guarda la figura del testamento en dichos países. Por lo que, tomando en cuenta los datos reflejados, se puede hacer un análisis comparativo de estos países con México, quien también es miembro de la UINL.

Dicho análisis expondrá las diferencias en la forma en que es otorgado el testamento en algunos países miembros del UINL, así como de México, para contrastar la formalidad y técnica jurídica utilizada y los resultados que muestra enfocado en la respuesta de la población para otorgar su testamento. Se contrastarán los esfuerzos realizados por el Gobierno para la promoción de la cultura de otorgar testamento, si la hubiere, y la respuesta de la población ante ella. Por lo que la investigación será expositiva de información publicada por el CNNM, y por los enlaces encontrados en la página oficial de la UINL, y también de presentación de análisis comparativo de dicha información.

Se observarán los resultados que los esfuerzos de promoción, en su caso, han dado en sus respectivos países de una década a la fecha, siendo este el alcance cronológico de la investigación.

RESULTADOS

En el artículo 1228 del Código Civil para el Estado de Veracruz, se estipula que el *“Testamento es un acto personalísimo, revocable y libre, por el cual una persona capaz dispone de sus bienes y derechos, y declara o cumple deberes para después de su muerte.”*⁴ Siendo una “persona capaz”, y en este caso para el otorgamiento de un testamento, refiriéndose a la “capacidad de ejercicio” o “capacidad de actuar”, siendo esta última el término empleado por el licenciado Efraín Moto Salazar (2016),

⁴ Código Civil para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave

quien se refiere a dicha capacidad como “...la aptitud del individuo para realizar actos jurídicos, ejercer derechos y contraer obligaciones.”⁵ El término “personalísimo” se refiere al carácter de no poder delegar en ningún tipo de representación, la facultad de otorgar dicho acto jurídico para que un tercero realice actos a nombre y por cuenta del titular del derecho. “Revocable” que se puede sustituir por un acto posterior dejando el actual sin valor ni fuerza legal alguno y “libre” porque debe de otorgarlo el titular sin estar bajo ningún tipo de coacción y decidir lo que quiere por voluntad propia. Todas estas características son aplicadas al momento de otorgar el testamento, pero la parte final del artículo del Código Civil del referido Estado, recalca el elemento mediante el cual, se caracteriza esta figura jurídica y que siempre se actualizará pues es la razón para la que fue creada la figura del testamento, es decir, que este es otorgado para que sea abierto solo al momento del deceso de su otorgante.

En un intento por promover e incentivar que la población que ya se encuentra en posibilidad de otorgar su testamento, es decir, de hacer uso de su “capacidad de ejercicio” en consecuencia de haber cumplido la edad requerida por la Ley para ello, la SEGOB en conjunto con el CNNM, desde el año 2001 ha implementado la campaña de “Septiembre, mes del Testamento”, en la cual los Titulares de la Notarías Públicas alrededor de todo el país, en coordinación con los Colegios Estatales de notarios y el Gobierno, acuerdan reducir los costos de sus honorarios y la autoridad recaudadora, en ocasiones, otorga reducciones en los montos del pago de derechos por inscripción de testamentos, para que de esta forma más personas puedan otorgar “Testamento Público Abierto” en la notaría de su preferencia y que la esfera jurídica de sus bienes obtenga certeza jurídica al momento del fallecimiento de su propietario, también se han realizado, a través de los años, campañas de promoción con asesorías para los interesados, incluso a través de concursos universitarios de promoción de la cultura de otorgar testamento y su importancia, o a través de la conmemoración de este movimiento en el billete de lotería nacional.

⁵ Moto Salazar y otro, (2016), “Elementos de derecho”, 52ª Edición, Editorial Porrúa, México, p. 139

En 2016 el licenciado Joan Lanzagorta, columnista en El Economista, cita a la Secretaría de Gobierno que brinda el dato de que “...existen sólo 4.8 millones de avisos de testamento registrados en México, menos del 4% de la población.”⁶ Dado que cuando se otorga Testamento Público Abierto ante Notario Público, este debe de dar aviso de que dicho instrumento fue otorgado ante su fe al Gobierno del Estado al cual pertenece, y ellos a su vez dan aviso al Registro Nacional de Testamentos (RENAT), para que quede registrada la existencia de dicho testamento en la base de datos que podrá ser consultada una vez que la sucesión del *de cujus* tenga la intención de abrirla y acuda ante la autoridad para aperturarla, quien solicitará la consulta al RENAT para tener noticia de la existencia o no del testamento del autor de la sucesión. En 2018, en ese entonces, el presidente del CNNM, Notario José Antonio Manzanero Escutia (2018), en la carta editorial de la Revista Escribano, dirigida a los miembros del Colegio Nacional del Notariado Mexicano y donde hace referencia al Mes del Testamento, dio a conocer que “Con 17 años de la campaña, el Registro Nacional de Avisos de Testamento (RENAT) cuenta con alrededor de 5 millones y medio de testamentos, a pesar de que este número representa un avance, falta mucho por hacer, pues solo un poco mas del 5% de los mexicanos que están en edad para otorgar testamento lo han hecho.”⁷ Este porcentaje se ha logrado conjuntando los esfuerzos del CNNM, con la SEGOB, los gobiernos estatales y organismos como la Lotería Nacional, siendo entre ellos la promoción de las ventajas, beneficios e importancia del otorgar un testamento. Sin embargo, después de 17 años, sigue siendo un porcentaje de un dígito sobre el total de población con capacidad para otorgar testamento en México, por lo que las personas no han respondido a las campañas de forma masiva, que es como se han hecho las campañas de fomento, dado que es mayor el arraigo cultural alrededor del acto de otorgar el testamento y las implicaciones emocionales que tiene en las personas, con temas relacionados con la muerte, que a través de las campañas buscan concientizar a la población de que son temas que deben de ser tratados y

⁶ Lanzagorta, J. (2016) “El testamento y la cultura? de previsión en México (I)”, El Economista, Recuperado el día 26 de octubre de 2022, de <https://bit.ly/3NhZCKv>

⁷ Manzanero Escutia, J.A. (Tercer Trimestre del 2018) “Carta Editorial”, Escribano, No. 83, año XX, p. 01

formalizados para poder otorgar certeza jurídica a sus patrimonios, como lo explicó el Notario Armando Javier Prado Delgado (2019) y que se relata en la Revista Escribano, que dice *“Con el firme propósito de promover el campaña nacional ‘Septiembre, mes del Testamento’ y crear conciencia en la ciudadanía de que en la vida tomamos decisiones relevantes...pero pocas veces consideramos otras que también impactan en la vida familiar como es el destino de nuestros bienes tras nuestro fallecimiento...la necesidad de plasmar las decisiones de quien recibirá nuestro patrimonio tras nuestra muerte. Es un tema necesario, no solo por la seguridad legal que otorga a los beneficiados, sino porque también incide en la armonía familiar, ya que garantiza heredar de manera ordenada y pacífica.”*⁸ Dichos mensajes se dieron a conocer a la población en el programa de radio “La Hora Nacional”, al que fue invitado a hablar del tema. De igual forma se dio a conocer *“el Convenio de colaboración...con la finalidad de establecer mecanismos para otorgar testamentos gratuitos a las personas que realizan labores de seguridad pública y/o nacional.”*⁹ Posteriormente en el año 2020, ante la Contingencia Sanitaria causada por el COVID 19, el presidente Prado Delgado del CNNM exhortó a que *“...los notarios otorguen testamento gratuito al personal del sector salud.”*¹⁰ Ese mismo año recalcó que la campaña, junto con el Gobierno, tienen como objetivo realizarse *“...a fin de crear una cultura de prevención y abatir con ello la pasividad de nuestra sociedad...a partir de tal iniciativa, se ha incrementado gradualmente el trámite del testamento en nuestro país, sin embargo, falta camino por recorrer, ya que al día de hoy, solo uno de cada veinte mexicanos en edad de testar tienen Testamento.”*¹¹ De acuerdo con la columnista Gisela Rosales (2022) de la Revista Real State Market and Life Style, resultado de una encuesta sobre el testamento aplicada a clientes de la empresa, cuyos datos indicaban que *“...el 90% de los encuestados considera que*

⁸ Colegio Nacional del Notariado Mexicano, (Tercer Trimestre 2019) “Se transmite en el Programa La Hora Nacional la promoción de septiembre, mes del testamento.”, Escribano, No. 87, año XXI, p. 24

⁹ Prado Delgado, A. J., (Tercer Trimestre 2019) “Mensaje del Presidente”, Escribano, No. 87, año XXI, p. 4

¹⁰ Colegio Nacional del Notariado Mexicano, (Tercer Trimestre 2020), “Arranca la campaña nacional septiembre, mes del Testamento, en evento encabezado por la Secretaría de Gobernación, Olga Sánchez Cordero Dávila.” Escribano, No. 91, año XXI, p. 19

¹¹ Colegio Nacional del Notariado Mexicano, (Tercer Trimestre 2020), “Arranca la campaña nacional septiembre, mes del Testamento, en evento encabezado por la Secretaría de Gobernación, Olga Sánchez Cordero Dávila.” Escribano, No. 91, año XXI, p. 19

*es muy importante tener un testamento y aunque sabe con qué profesional acudir para que lo tramiten, el 70% no lo ha realizado por desidia y el 44% considera que tramitarlo es costoso.”*¹² Lo que se traduce en la desinformación de un segmento de la población mexicana que, aun después de las campañas de “Septiembre, mes del testamento”, todavía consideran no tener la información necesario o no se deciden a hacerlo; razón por la cual el Gobierno de México sigue trabajando en la promoción del otorgamiento del Testamento, tanto en septiembre como en cualquier mes del año, recalcando los beneficios y la necesidad de que las personas otorguen testamento.

En el ámbito internacional, con algunos países miembros de la UINL, siendo España, Hungría, y Bélgica, han reportado un aumento en el número de testamentos otorgados año tras año, pero no siendo considerable el crecimiento a causa de creencias en la población.

Este año en España, específicamente en la región de Galicia, el corresponsal del periódico La Voz de Galicia, José Manuel Pan (2022) reportó que el Colexio Notarial de Galicia comentó que *“Los testamentos y las herencias han alcanzado cifras históricas a consecuencia de la pandemia de coronavirus...los actos notariales relacionados con la muerte experimentaron un fuerte aumento en Galicia...”*¹³ El Colegio realizó un análisis del año 2019 al 2021 donde resultaron que *“...en el 2021 se consignaron 51.677 testamentos en las notarías de la comunidad, que es la cifra más alta desde que en el 2007 se inició la serie del Centro de Información Estadística del Notariado. El incremento registrado supone un 11,2 % respecto a los 46.462 testamentos del 2020...Este año también registró un aumento, en este caso del 6,4 %, sobre los testamentos contabilizados en Galicia en el 2019.”*¹⁴ El artículo

¹² Rosales, G. (2022) “El 70% de los mexicanos no hace testamento”, Revista Real State Market and Lyfe Style, Recuperado el 26 de octubre de 2022 de <https://bit.ly/3sEvD5O>

¹³ Pan, J.M. (2022) “La pandemia eleva a cifras históricas los testamentos y las herencias en Galicia.” La Voz de Galicia, Recuperado el 26 de octubre de 2022 de <https://bit.ly/3Nei5Yy>

¹⁴ Pan, J.M. (2022) “La pandemia eleva a cifras históricas los testamentos y las herencias en Galicia.” La Voz de Galicia, Recuperado el 26 de octubre de 2022 de <https://bit.ly/3Nei5Yy>

relata que los Notarios de esa región justifican dicho incremento “...al miedo a la muerte y a la incertidumbre sobre el futuro...”¹⁵.

En Hungría, el portal de noticias ORIGO (2021) señala que “Casi un 10 por ciento más de personas realizaron trámites ante notario hasta mediados de noviembre de este año que en todo el año pasado. Al mismo tiempo, la mayoría de la población aún no dispone de sus bienes en caso de fallecimiento...Una encuesta reciente de la Cámara Nacional de Notarios de Hungría (MOKK) también mostró que hay muchos conceptos erróneos entre los húngaros acerca de hacer un testamento...El aumento actual no puede atribuirse a la epidemia, sino a una tendencia que se observa desde hace mucho tiempo”¹⁶ De igual forma, el presidente de la MOKK, el Dr. Ádám Tóth, compartió con ORIGO que “El aumento del número de testamentos públicos demuestra que cada vez más personas planifican el destino de sus bienes con responsabilidad y previsión. De esta forma, evitan que se dejen atrás relaciones patrimoniales inestables que supongan una grave carga para la familia o provoquen disputas entre los herederos, y ellos mismos deciden quién hereda y cuánto de su herencia.”¹⁷

En Bélgica, la Federación del Notariado (FEDNOT) en 2020, señaló que “El número de testamentos y mandatos de protección extrajudicial aumentó significativamente en 2021 en Bélgica: un 11,2 % más que en 2020.”¹⁸ Razón por la cual la Notario Sylvain Bavier atribuye a que “...cada vez más personas quieren mantener el control sobre lo que sucede con su herencia.”¹⁹

¹⁵ Pan, J.M. (2022) “La pandemia eleva a cifras históricas los testamentos y las herencias en Galicia.” La Voz de Galicia, Recuperado el 26 de octubre de 2022 de <https://bit.ly/3Nei5Yy>

¹⁶ ORIGO (2021) “El número de testamentos siguió aumentando este año”. ORIGO de MEDIAWORKS HUNGARY ZRT, Recuperado el 26 de octubre de 2022 de <https://bit.ly/3Fi11yD>

¹⁷ ORIGO (2021) “El número de testamentos siguió aumentando este año”. ORIGO de MEDIAWORKS HUNGARY ZRT, Recuperado de <https://bit.ly/3Fi11yD>

¹⁸ FEDNOT (2022) “Los belgas escriben más testamentos y mandatos de protección extrajudicial.” Notarire.be de FEDNOT, Recuperado de <https://bit.ly/3gKN1DB>

¹⁹ FEDNOT (2022) “Los belgas escriben más testamentos y mandatos de protección extrajudicial.” Notarire.be de FEDNOT, Recuperado de <https://bit.ly/3gKN1DB>

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La figura jurídica del testamento es conocida y utilizada en México y en el mundo para el mismo fin, el de decidir el destino de los bienes del que el titular del testamento es propietario, incluso el dejarlo condicionados, dentro de lo que la ley permita.

En los últimos seis años se ha observado un incremento gradual en todos los países objeto del estudio, en unos más que en otros, donde el incremento ha sido máximo de un dígito porcentual sobre el índice de población que es capaz de dejar un testamento.

En un escenario global, la desinformación sobre los efectos del testamento y sobre quiénes pueden otorgarlo han sido un factor para aquellos ciudadanos que se han abstenido de hacerlo; mientras que “la incertidumbre al futuro y a la muerte” y “la planificación, responsabilidad y control sobre sus bienes” han sido los factores por los cuales han tomado la decisión de dictar su voluntad. Se observó un incremento en los registros de testamentos a raíz de la contingencia sanitaria ocasionada por el COVID19, sin embargo, le atribuyen más a la concientización de la población sobre el tema que a que sea una consecuencia de este evento.

Mientras que en México si se ha observado un incremento gradual, pero no el esperado a raíz de todas las campañas realizadas, ya que ha sido menos de un punto porcentual por año y bajo en relación con la densidad de población. La campaña lleva más de una década en vigencia en la que el Gobierno realiza Convenios para otorgar incentivos monetarios en los costos del testamento e información a la población para motivarla a dictarlo y, aun así, el desconocimiento de sus efectos y requisitos y la falta de decisión son los factores que evitan que la persona se decida a otorgarlo, incluso promoviendo las asesorías con el Notario para disipar sus dudas. Sin embargo, aquel porcentaje de la población que sí lo ha otorgado se atribuye a la labor conjunta de las campañas de concientización realizadas por la SEGOB y el CNNM, y las asesorías brindadas durante todo el año a los clientes de los Notarios, sobre la importancia y beneficios del testamento, donde el testador es el que decide sobre el destino de sus bienes al momento de

su fallecimiento, evita confrontaciones y problemas entre sus herederos y amortigua el costo que pudiese resultar si no lo deja.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Código Civil para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave

Colegio Nacional del Notariado Mexicano, (Tercer Trimestre 2019) “Se transmite en el Programa La Hora Nacional la promoción de septiembre, mes del testamento.”, Escribano, No. 87, año XXI, p. 24

Colegio Nacional del Notariado Mexicano, (Tercer Trimestre 2020), “Arranca la campaña nacional septiembre, mes del Testamento, en evento encabezado por la Secretaría de Gobernación, Olga Sánchez Cordero Dávila.” Escribano, No. 91, año XXI, p. 19

FEDNOT (2022) “Los belgas escriben más testamentos y mandatos de protección extrajudicial.” Notarire.be de FEDNOT, Recuperado el 26 de octubre de 2022 de <https://www.notaire.be/nouveautes/detail/les-belges-redigent-plus-de-testaments-et-de-mandats-de-protection-extrajudiciaire>

Lanzagorta, J. (2016) “El testamento y la cultura? de previsión en México (I)”, El Economista, Recuperado el día 26 de octubre de 2022, de <https://www.eleconomista.com.mx/finanzaspersonales/El-testamento-y-la-cultura-de-prevision-en-Mexico-I-20160905-0067.html>

Manzanero Escutia, J.A. (Tercer Trimestre del 2018) “Carta Editorial”, Escribano, No. 83, año XX, p. 01

Moto Salazar y otro, (2016), “Elementos de derecho”, 52° Edición, Editorial Porrúa, México, p. 139

Pan, J.M. (2022) “La pandemia eleva a cifras históricas los testamentos y las herencias en Galicia.” La Voz de Galicia, Recuperado el 26 de octubre de 2022 de <https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/galicia/2022/03/15/pandemiaeleva-cifras-historicas-testamentos-herencias-galicia/00031647345767617942549.htm>

Prado Delgado, A. J., (Tercer Trimestre 2019) “Mensaje del Presidente”, Escribano, No. 87, año XXI, p. 4

Rosales, G. (2022) “El 70% de los mexicanos no hace testamento”, Revista Real State Market and Lyfe Style, Recuperado el 26 de octubre de 2022 de <https://realestatemarket.com.mx/noticias/mercado-inmobiliario/38916-el-70-de-los-mexicanos-no-hace-testamento>

DIAGNÓSTICO SOBRE ANSIEDAD Y DEPRESIÓN ENTRE LOS ESTUDIANTES DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO DE URSULO GALVÁN

LEIRA CAROL ESCUDERO RAMÍREZ¹, JESÚS HERRERA ALARCÓN², JOSSELYN RAMÍREZ REYES³

RESUMEN

La pandemia de COVID-19 ha dejado secuelas profundas en materia de salud mental. El confinamiento domiciliario de la población, las pérdidas de familiares y amigos, se asocian a un aumento de la sintomatología ansiosa, depresiva y postraumática en la población juvenil. Las actitudes y comportamientos entre los jóvenes han sufrido cambios que ponen en riesgo su estabilidad emocional y su conducta en la vida cotidiana. Es importante resaltar que los índices de deserción se incrementaron considerablemente. Las clases en línea afectaron en gran medida su salud emocional de los estudiantes. La Depresión y la ansiedad en los jóvenes se manifestó con síntomas de cansancio, dificultad para respirar, desgano generalizado, falta de motivación o interés. El aislamiento social alteró la vida del joven. En México, murieron alrededor de 450 mil personas por Covid-19, ocupando el quinto lugar a nivel mundial.

El objetivo del proyecto fue diagnosticar síntomas de ansiedad y depresión entre los estudiantes del Tecnológico de Úrsulo Galván. Se aplicó un instrumento que evalúa la ansiedad y depresión, obteniendo como resultado que más del cincuenta por ciento de los 300 estudiantes encuestados, presentaron síntomas de ansiedad y depresión, lo que nos indica que en algún momento de la pandemia su salud mental se vio comprometida.

Palabras clave: Salud Mental, Ansiedad, Depresión y Covid 19.

¹ Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván. leiracarol72@gmail.com

² Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván. jesus.ha@ugalvan.tecnm.mx

³ Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván. Ramirez.josselyn@outlook.com

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has left profound consequences in terms of mental health. The home confinement of the population, the loss of family and friends, are associated with an increase in anxious, depressive and post-traumatic symptoms in the youth population. Attitudes and behaviors among young people have undergone changes that put their emotional stability and behavior in daily life at risk. It is important to note that the dropout rates increased considerably. Online classes greatly affected their emotional health of students. Depression and anxiety in young people manifested with symptoms of tiredness, shortness of breath, generalized reluctance, lack of motivation or interest. Social isolation altered the young man's life. In Mexico, around 450 thousand people died from Covid-19, ranking fifth in the world.

The objective of the project was to diagnose symptoms of anxiety and depression among the students of the Úrsulo Galván Technological Institute. The scale questionnaire that evaluates anxiety and depression was applied, obtaining as a result that more than fifty percent of the 300 students surveyed presented symptoms of anxiety and depression, which indicates that at some point in the pandemic their mental health was compromised.

Keywords: Mental Health, Anxiety, Depression and Covid 19.

INTRODUCCIÓN

La pandemia del covid 19 provocó una crisis en materia de salud mental a nivel mundial. Las pérdidas de familiares y amigos han traído consecuencias emocionales muy significativas en las personas, sobre todo por la forma en que han ocurrido los decesos. La separación de los seres queridos que enfermaban de covid vivieron experiencias sin precedentes para nuestra época, siendo casi una sentencia el no volver a verlos jamás una vez que ingresaban a los hospitales, no poder despedirse de ellos, niños que quedaron huérfanos, solos frente a un mundo lleno de incertidumbre y otras situaciones que sin duda alteraron la normalidad de la vida humana. Algunos especialistas han equiparado los efectos de la pandemia, a lo acontecido durante la Segunda Guerra Mundial. Los síntomas de depresión y

Ansiedad se incrementaron considerablemente. La tristeza se ha manifestado de manera constante entre la sociedad, pero más aún la ansiedad, causando un desgaste en la vida cotidiana, interfiriendo con las actividades normales.

Sin duda, en la educación ocurrieron grandes cambios que afectaron a los jóvenes, tomar las clases de manera presencial ya no se pudo más, siendo la única opción el uso de las tecnologías para las clases en línea, como alternativa para avanzar en el área educativa, lo que ocasionó considerables índices de deserción y ausentismo en los estudiantes. Era cotidiano escucharlos decir que no entendían la clase, que se les dificultaba el aprendizaje, etc. La falta de sociabilización con sus compañeros de grupo, los aisló. Todo se enlazó, las dificultades familiares, la situación económica, el miedo al contagio, la pérdida de familiares, etc. Según estudios el divorcio, la violencia intrafamiliar se incrementaron. Éstas circunstancias han deteriorado la vida de los jóvenes y de la sociedad en general. El presente estudio se llevó a cabo entre los estudiantes del Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván, con la finalidad de identificar si los jóvenes presentaban síntomas de Depresión y Ansiedad.

CONTENIDO

Covid 19

El origen de esta enfermedad que apareció a finales del 2019 en China. Aún es controversial. Sin embargo, la realidad es que a lo largo de la historia siempre han existido distintas epidemias que han causado muchas pérdidas humanas. Hay publicaciones que precisan que cada siglo aparecen epidemias que han cobrado millones de vidas. En 1320, la peste negra; en 1520, la viruela; 1720, la plaga de Marsella; en 1820, la Cólera; y antes del Covid 19, otra epidemia que surgió fue la gripe española que azotó entre 1918 y 1920 matando alrededor de 40 millones de personas en todo el mundo. El coronavirus, hasta últimas fechas ha cobrado la vida de alrededor de 6 millones de personas a nivel mundial. Las personas cambiaron radicalmente su rutina cotidiana. Los cambios en el trabajo, el desempleo, la enseñanza en casa, la falta de contacto físico con familiares, amigos y colegas

causaron estragos en las relaciones personales, el temor de contraer el COVID-19, ha resultado muy difícil para las personas que padecen trastornos de salud mental.

Salud Mental

Hoy en día es más frecuente hablar sobre la salud mental y el deterioro que ha sufrido en la sociedad, esta problemática se acentuó desde el 2019 debido al covid hasta la actualidad, dejando una situación grave.

Si bien es cierto que anterior a esa fecha, en México, se habían incrementado los casos de trastornos graves de la personalidad, siendo la violencia la manifestación más clara de que la sociedad está en crisis. La situación con la pandemia se agudizó. El núcleo familiar y social se expuso a situaciones delicadas que deterioraron su convivencia, ocasionando que los miembros de la familia amigos, compañeros, etc., manifestaran un decremento en la salud física y emocional, causando efectos graves en el comportamiento del individuo, tales como la depresión, síntomas de ansiedad, angustia y pánico generalizado. Los eventos traumáticos que ha dejado el coronavirus ha alcanzado cifras alarmantes. No hay un estado de equilibrio entre la persona y su entorno y esto ha afectado su salud mental por la pérdida de familiares y amigos, por la inseguridad, la violencia y la desesperanza, han hecho vivir experiencias complejas. “La salud mental se asocia a la vivencia de satisfacción tanto material como simbólica, y se evidencia en la construcción de vínculos sanos, creativos y solidarios; en la participación real en las decisiones que afectan la vida cotidiana de los sujetos; en la posibilidad de pertenencia, integración y construcción de sus proyectos.”Custo, (2008).

Depresión

Con la pandemia de COVID-19 se tomaron medidas de salud pública tales como el cierre de los centros educativos y confinamiento domiciliario de la población, lo que elevó los factores de riesgo psicosociales, por el aislamiento, por la problemática familiar, la pobreza, el hacinamiento y el abuso de nuevas tecnologías, lo que se asocian a un aumento de síntomas de Ansiedad por eventos postraumáticos en la población. El confinamiento tiene repercusiones negativas sobre la salud mental y física. La pandemia del COVID-19 se asocia con un incremento de factores de riesgo psicosociales, como son el aislamiento y la violencia intrafamiliar, la pobreza,

el hacinamiento y el abuso de nuevas tecnologías. Es por esta razón que se realizó un diagnóstico en donde se podrá detectar si los estudiantes presentan síntomas de depresión y ansiedad. El DSM-V (2014) describe que: “la Depresión es un trastorno frecuente que implica un estado de ánimo deprimido y/o la pérdida completa de interés o placer en actividades que antes se disfrutaban; son frecuentes las manifestaciones somáticas. Los síntomas que se presentan son la fatiga o pérdida de energía. Sentimientos de inutilidad o de culpa excesiva o inapropiada capacidad disminuida para pensar o concentrarse, o indecisión. Pensamientos recurrentes de muerte o suicidio, intento de suicidio o un plan específico para suicidarse”. El cuestionario aplicado mide los síntomas que se presentan cuando las personas están deprimidas.

Muchas personas que tienen depresión también tienen otras afecciones mentales. Los trastornos de ansiedad van de la mano de la depresión. Estos sentimientos influyen en la vida cotidiana. Los tratamientos más frecuentes para mejorar el estado de ánimo son asistir a terapia especialista en salud mental y tomar medicamentos que puedan ayudar a mejorar el estado de ánimo de las personas y acortar los efectos de este trastorno.

Ansiedad

El trastorno de Ansiedad es considerado como el mal del siglo, los consultorios de médicos psiquiatras y terapeutas están atendiendo en su mayoría estos casos.

Las personas con trastornos de ansiedad enfrentan sentimientos intensos que no pueden controlar con facilidad, son sentimientos de temor generalizado, de que algo pueda ocurrir, de temor a morir. Se presentan sensaciones de falta de aire, sudoración excesiva, temblores, visión borrosa.

“En la ansiedad aparecen diferentes síntomas: preocupación, sensación de inseguridad, dificultad o incapacidad para tomar decisiones, imposibilidad de concentrarse, confusión, desorientación, olvidos frecuentes. La ansiedad que se ve acompañada de inquietud tanto física como psicoemocional, nos hace encoger, disminuir la respiración, acorazar el cuerpo y endurecerlo en general, desde la cabeza hasta los pies.” Bizkarra (2008).

Los síntomas de ansiedad pueden empezar en la infancia o la adolescencia y continuar hasta la edad adulta. Algunos ejemplos del trastorno de ansiedad son: trastorno de ansiedad generalizada, trastorno de ansiedad social (fobia social), fobias específicas y trastorno de ansiedad por separación. Puedes tener más de un trastorno de ansiedad. A veces, la ansiedad surge de una enfermedad que requiere tratamiento.

MÉTODO

Se aplicó una encuesta utilizando la aplicación Google Forms, a una muestra de 350 alumnos de distintas carreras y semestres del Tecnológico campus Úrsulo Galván, contenía preguntas que determinarían si en algún momento durante la pandemia padecieron síntomas de Depresión y Ansiedad. La encuesta se aplicó de manera libre, a todos los que quisieron responder. Contenía respuestas de opción tales como: siempre, a veces, casi siempre, nunca. Una vez respondido el instrumento, la información fue graficada por la misma aplicación de Google y de esta manera se pudo conocer cual era el comportamiento que los estudiantes tenían respecto a estas variables de depresión y ansiedad.

RESULTADOS

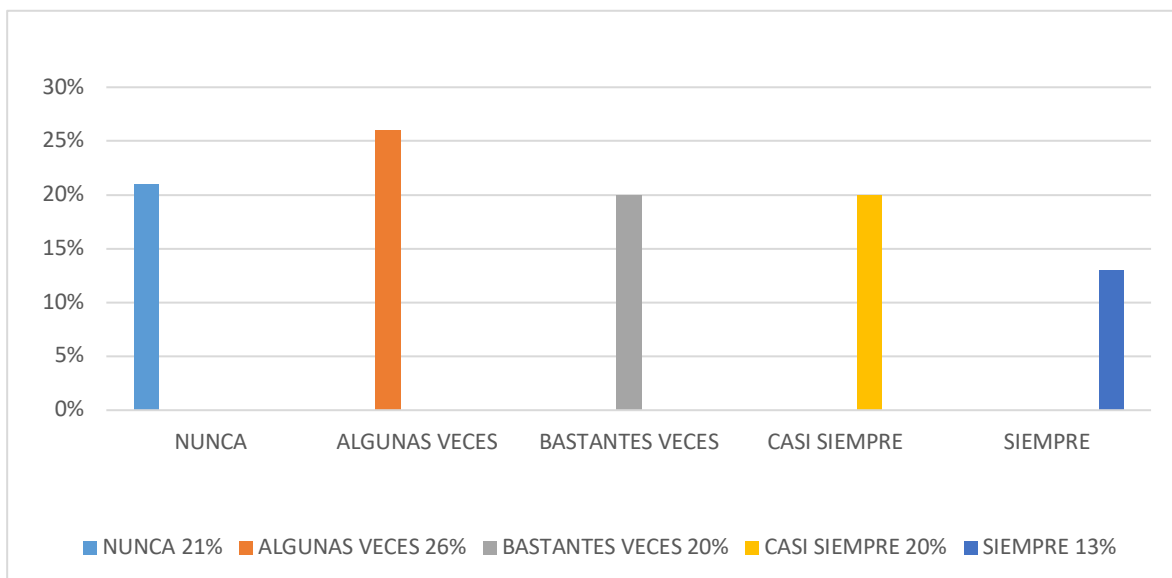


Figura 1. Tristeza

En esta figura, se muestra que los jóvenes en su mayoría han tenido sentimientos de tristeza en un alto porcentaje.

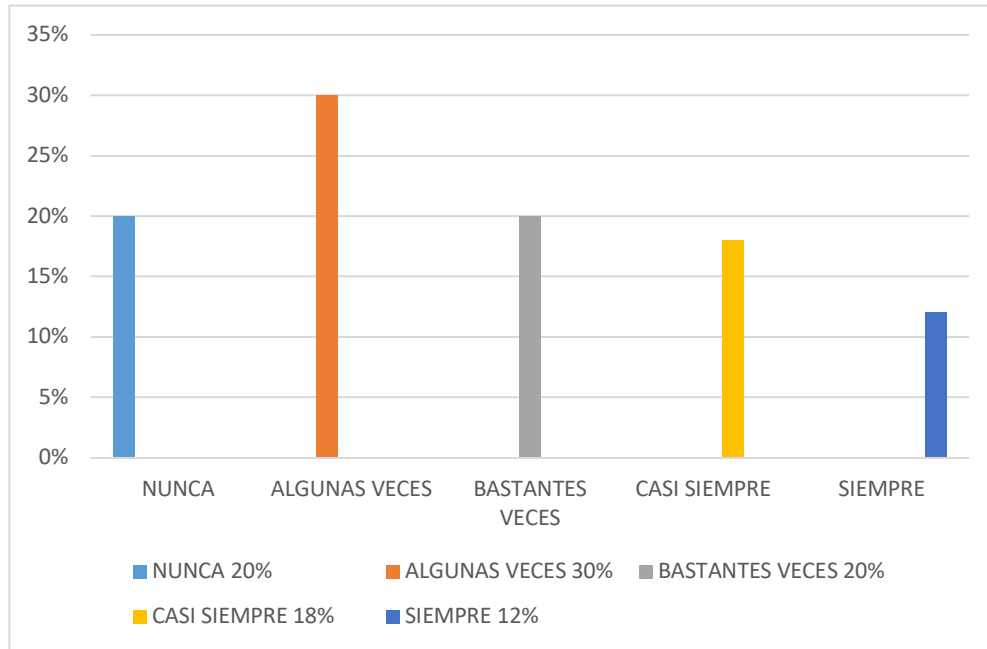


Figura 2. Sentimientos de culpa

En esta figura podemos determinar que los jóvenes en su mayoría manifestaron sentimientos de culpa, siendo un síntoma característico de la depresión y del estrés postraumático como lo vivió tras la Pandemia.

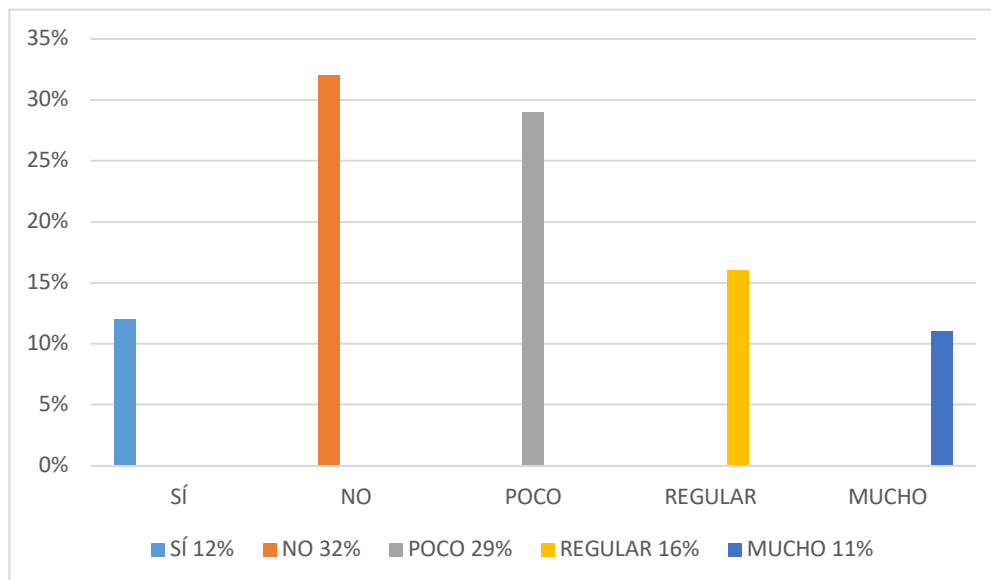


Figura 3. Frustración

Observamos en esta figura que en un porcentaje mayor contestan no sentirse frustrados, pero en un 29 por ciento que puede ser considerable manifiestan que poco se sienten frustrado e irritable.

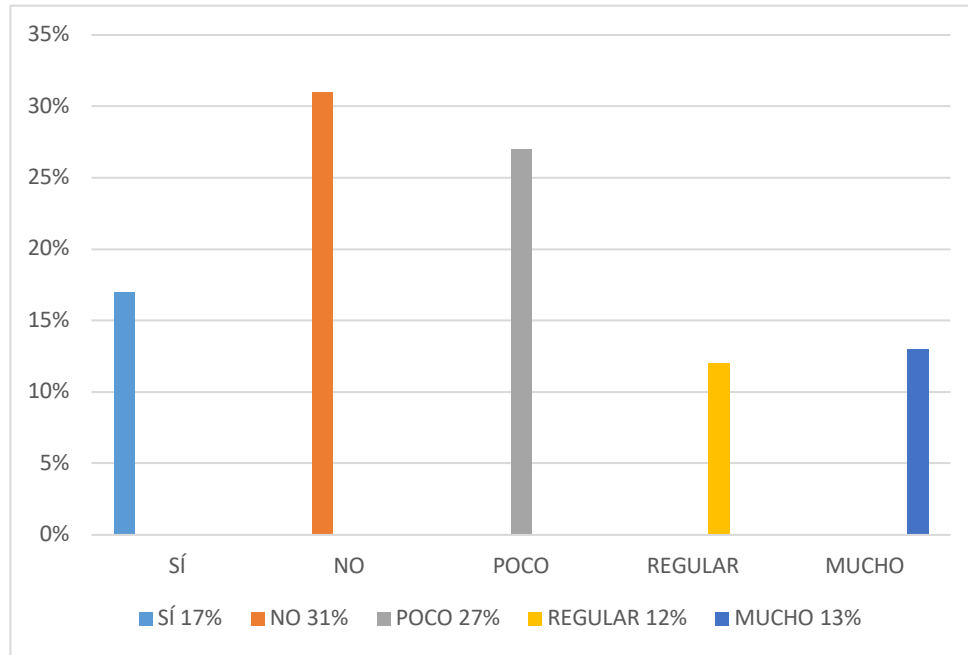


Figura 4. Cansancio

El cansancio y decaimiento, es otro síntoma característico de la Depresión, en este apartado los jóvenes contestaron en su mayoría, poco, regular, mucho y que si se sienten decaídos. En un menor porcentaje respondieron que no.

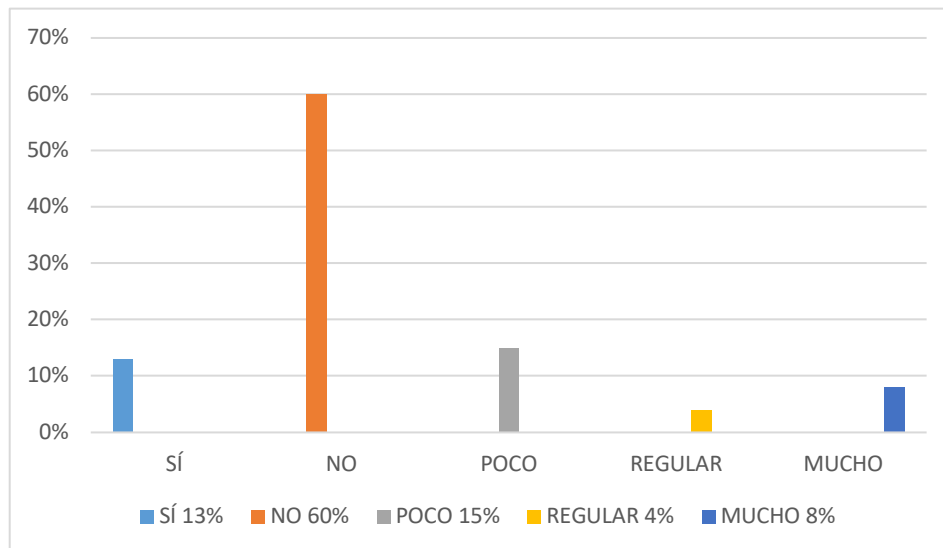


Figura 5. Ideas muerte

Los estudiantes del Tecnológico respondieron en menor porcentaje a sentir ideas sobre morir o suicidarse con un 60 por ciento, no es menos importante el resto de los porcentajes. Púes el 15 por ciento si ha pensado en desear morir y el 13 por ciento en sí. El 8 por ciento lo ha pensado mucho y el 4 por ciento regular. Si sumamos estas cifras tendríamos que el 40 por ciento al menos ha pensado en suicidarse alguna vez. Siendo un porcentaje muy elevado.

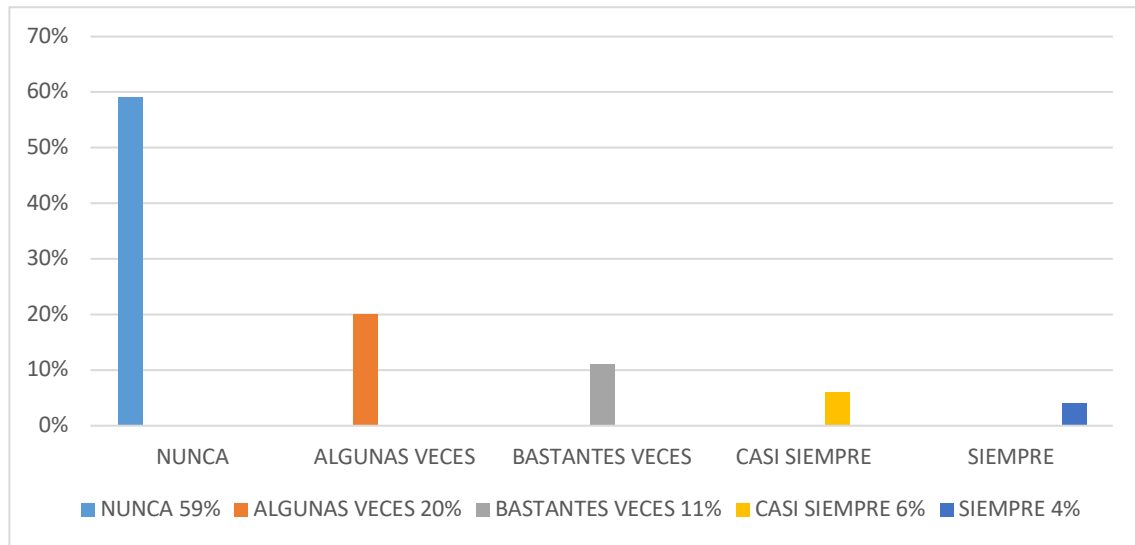


Figura 6. Aumento del ritmo cardiaco

Las causas más comunes de las palpitaciones o aumento del ritmo cardíaco son la ansiedad y el estrés. Como podemos observar en esta gráfica el 59 por ciento de los jóvenes no reconocen haber padecido este síntoma. En un 20 por ciento dijo que algunas veces y en un 11 por ciento dijo que bastantes veces. En un 6 por ciento lo han padecido casi siempre y en un 4 por ciento siempre.

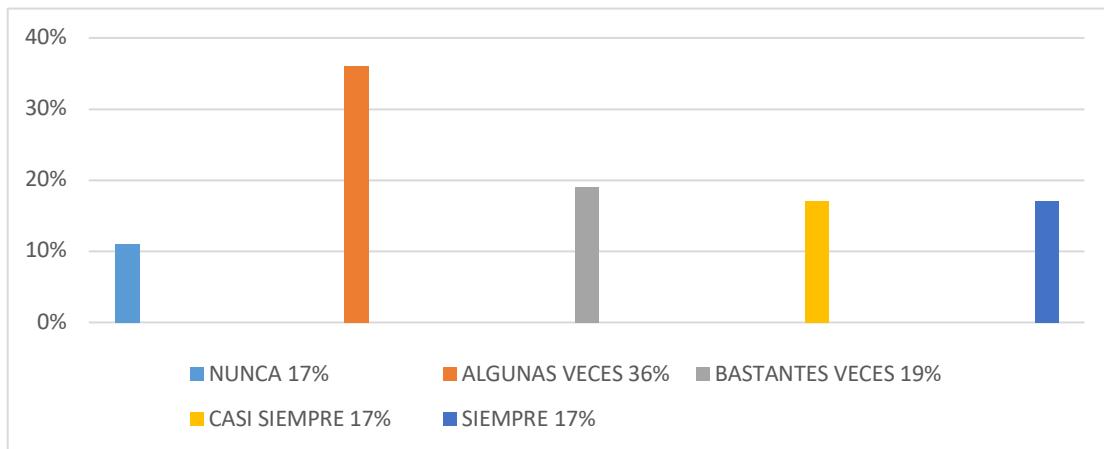


Figura 7. Sensación de peligro

Como podemos observar en esta gráfica el 36 por ciento de los jóvenes, algunas veces han tenido sensación de peligro inminente. Siendo una cifra considerable. En un 19 por ciento lo han sentido bastantes veces, en un 17 por ciento nunca, en otro 17 por ciento casi siempre y en otro 17 por ciento siempre.

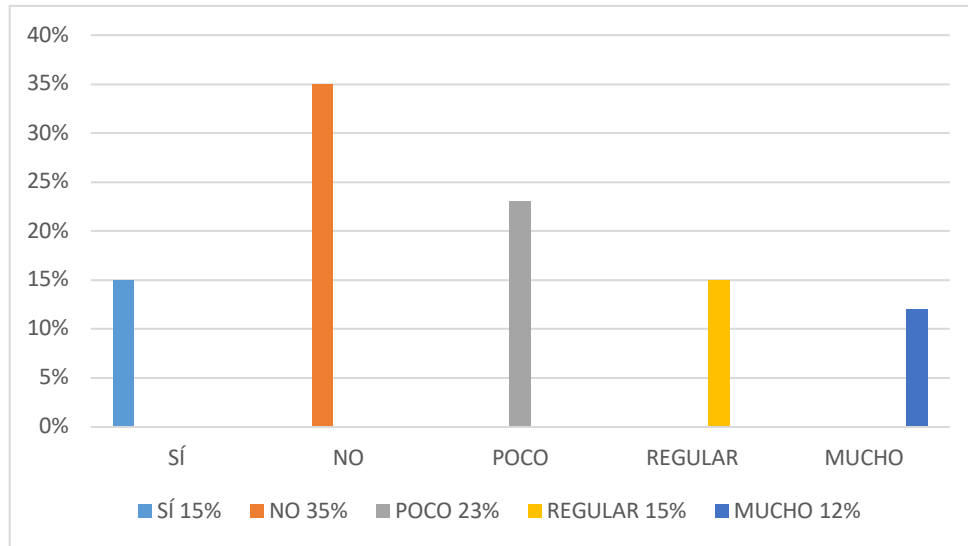


Figura 8. Angustia

Los jóvenes no identifican haber sentido nerviosismo en un 35 por ciento. En un 23 por ciento manifiesta que han sentido poco, en un 15 por ciento lo han sentido regular, el 15 por ciento contestó que sí y en un 12 por ciento respondió que mucho.

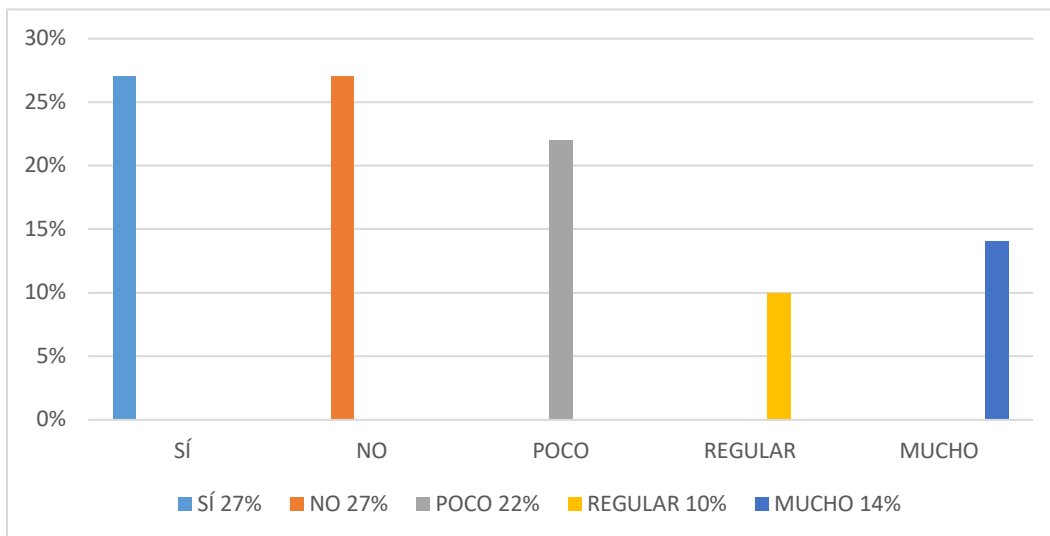


Figura 9. Preocupación excesiva

La preocupación excesiva es otro síntoma de la ansiedad y los jóvenes en un 27 por ciento si reconocieron tener dificultad para controlar sus preocupaciones, en otro 27 por ciento registraron no tener dificultad para controlarlas, en un 22 por ciento tener poco control de preocupaciones, en 14 por ciento tener mucho, y en un 10 regular. Este rubro llama la atención que hayan manifestado de manera abierta las dificultades para el control de preocupaciones.

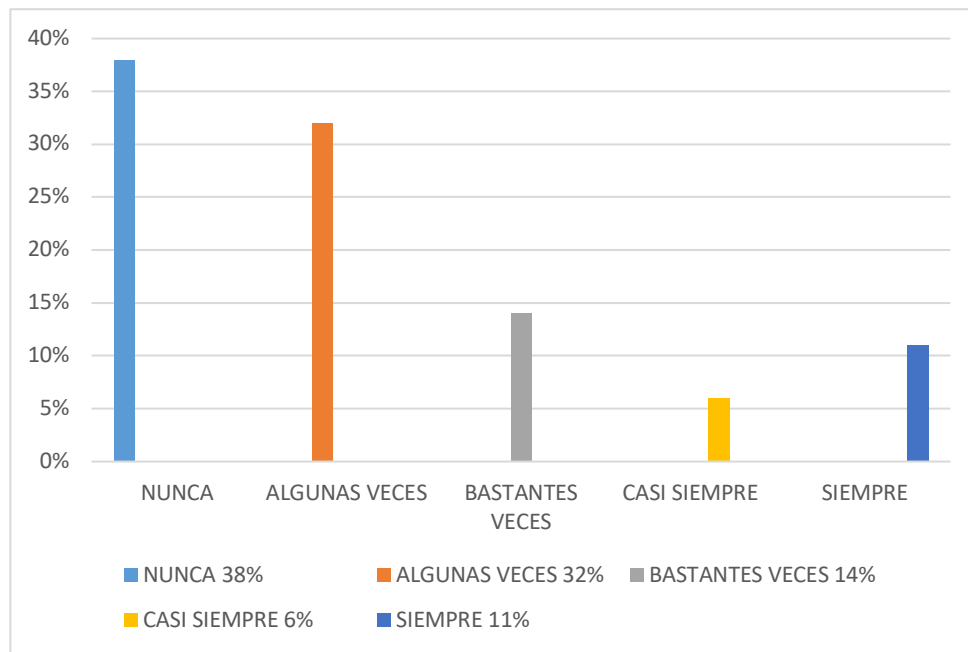


Figura 10. Sueño

Respecto a si los jóvenes han presentado trastorno de sueño, las respuestas fueron en un 38 por ciento que nunca lo han sentido, en un 32 por ciento que algunas veces, en un 14 por ciento dicen haberlo sentido bastantes veces. En un porcentaje del 11 manifiestan que siempre y en un 6 por ciento que casi siempre.

DISCUSIÓN

Los impactos que ha tenido el COVID-19 en la vida de los jóvenes universitarios han sido relevantes, dejando efectos importante en su vida. Con la pandemia se tomaron medidas de salud pública tales como el cierre de los centros educativos y confinamiento domiciliario de la población, lo que elevó los factores de riesgo psicosociales, por el aislamiento, la pérdida de familiares que influyó en el estado de ánimo de los estudiantes. La Doctora María Elizabeth De Los Ríos, Profesora

Investigadora de la Facultad de Bioética de la Universidad Anahuac realizó un análisis comparativo sobre la tristeza que se vivió durante la pandemia y dijo que la nostalgia se apodero de la vida de las personas.

Con el contagio y muerte de las personas por el coronavirus, muchos se preguntaron y reprocharon las situaciones que ocurrían en el interior de sus familias. Detonando conflictos que en ocasiones terminaban por romper el vínculo familiar, siendo los más afectados los hijos, provocando sentimientos de desvalorización y reproches..

Sin duda la depresión se vuelve grave cuando uno de sus síntomas es tener ideas de muerte y suicidio. Cuando una persona vive una situación así, considera que lo que vive no tiene solución, sintiéndose abrumado por pensamientos de no querer seguir viviendo.

Las ideas de morir o suicidas tienen distintas causas y son el resultado de situaciones que no se pueden manejar en la vida cotidiana. El coronavirus ha sido un factor de riesgo para pensar en el suicidio debido al aislamiento social y la violencia intrafamiliar que aumento por el encierro. En un artículo escrito por la Clínica Mayo menciona que los problemas personales y familiares pueden ser el detonante de la situación suicida, sentir dolor por el fallecimiento de un ser querido debido al COVID 19 u otra enfermedad, el aislamiento social sobre todo cuando uno vive solo, el confinamiento dentro de un espacio pequeño conviviendo con otros familiares en casa, puede aumentar el riesgo de abuso. El inicio en el consumo de alcohol o drogas y la presencia de otros trastornos mentales como depresión mayor, trastorno bipolar, trastorno por estrés postraumático y trastorno de ansiedad.

En un artículo escrito por el BlueNetHOSPITALS hace referencia a que el distanciamiento con tus seres queridos, la incertidumbre sobre el estado de enfermedad, los cambios en la rutina, el aburrimiento, suponen un problema de salud mental aumentando los casos de angustia y ansiedad.

La sensación de peligro es un síntoma relevante en la ansiedad y ataque de pánico como lo explica un artículo escrito por the National Institute of mental Health en el que dice que los ataques de sentir peligro inminente pueden disminuir la calidad de vida y ocasionar dificultades en el trabajo o escuela, y que se caracterizan por una

ola repentina de temor. A menudo estos van acompañados de síntomas físicos como temblores, hormigueo o latidos rápidos.

El nerviosismo es un síntoma característico de la ansiedad. El Manual Diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales (DSM-5) hace referencia a la presencia de crisis de angustia inesperadas recurrentes. Al menos una de ellas va seguida durante un mínimo de un mes de inquietud o preocupación persistente por la aparición de nuevas crisis o sus consecuencias, y/o por un cambio significativo y desadaptativo en el comportamiento que se relacione con las crisis de angustia. La preocupación excesiva y constante sobre un evento en particular es otro síntoma de la ansiedad.

Las alteraciones del sueño se presentan cuando hay ansiedad. No poder conciliarlo más de un mes, puede dar indicios de que la persona está viviendo una situación que le está causando un desequilibrio emocional por diferentes razones. Durante la pandemia el hecho de que muchos de nosotros experimentemos insomnio se debe a la actual configuración de difíciles circunstancias, "casi bíblicas", dice el Dr. Steven Altchuler, psiquiatra y neurólogo que se especializa en medicina del sueño en la Clínica Mayo, una de las organizaciones de investigación médica más grandes de EE.UU.

La ansiedad es una reacción emocional que se manifiesta cuando vive o percibe situaciones amenazantes, de peligro. La mayoría de las personas que la sufren no pueden darse cuenta si el peligro es real o imaginario. Es un sobresalto súbito que aparece de repente, teniendo o no una razón aparente. La ansiedad es considerada como un trastorno mental si se cumplen con ciertos síntomas. En la ansiedad nos anticipamos a una situación futura. La ansiedad siempre va unida con la preocupación. Biskarra (2008)

CONCLUSIONES

Los impactos que ha tenido el COVID-19 en la vida de los jóvenes universitarios han sido alarmantes. Los eventos traumáticos del coronavirus han dejado huella en su salud física y mental. El estudio demuestra que alrededor de un 50 por ciento no se encuentran en un estado de equilibrio entre ellos y su entorno, viéndose

afectada su salud. “La salud mental se asocia a la vivencia de satisfacción tanto material como simbólica, y se evidencia en la construcción de vínculos sanos, creativos y solidarios; en la participación real en las decisiones que afectan la vida cotidiana de los sujetos; en la posibilidad de pertenencia, integración y construcción de sus proyectos.”Custo, (2008).

Es importante enfocarse en la salud mental de los estudiantes del Tecnológico de Úrsulo Galván, debido a que el mundo ha sufrido y vive diariamente situaciones caóticas y traumáticas. Hoy en día escuchamos hablar sobre casos de depresión y ansiedad de manera más recurrente. El presente estudio nos permitió detectar que en su mayoría los jóvenes han experimentado síntomas de ansiedad y depresión, tales como: sentimientos de culpa, preocupaciones constantes, temor, dificultad para concentrarse, tristeza, aunque en su mayoría no reconocen haber pensado en el suicidio. Los síntomas que la mayoría de los encuestados manifestaron fueron, los sentimiento de culpa y la tristeza permanente, que pueden derivar en una depresión de severa a grave, así como también en su mayoría presentan síntomas como preocupación excesiva y sensación de peligro inminente siendo estos característicos de la ansiedad. Estos resultados sirven de base para conocer el estado de ánimo que los jóvenes del Tecnológico de Úrsulo Galván presentan y buscar alternativas que apoyen una solución a esta problemática. Por ejemplo, celebrar jornadas de salud mental, en las que participen los estudiantes, talleres grupales para atender la ansiedad. Así como, es de suma importancia contar con servicios médicos especializados en psiquiatría que puedan abordar trastornos más graves de comportamiento.

Este proyecto tuvo como finalidad realizar un diagnóstico clínico sobre la ansiedad y depresión de manera general. Es importante hacer un proyecto posterior a este, para conocer qué áreas de la vida del estudiante han sido afectadas por la ansiedad y depresión, y sobre todo conocer las causas de tales síntomas, una vez pasada la pandemia.

Hemos salido adelante de la pandemia, hay un retorno aparente a la vida normal, pero sin duda la ansiedad afecta día a día a niños, adolescentes y jóvenes de manera más frecuente. La depresión grave, ha elevado las cifras de suicidio. Un nuevo virus está afectando la salud de las personas en general, el virus de la ansiedad y depresión.

REFERENCIAS

Asociación Estadounidense de Psiquiatría (2014). Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales (DSM-5). Quinta Edición. Madrid. Editorial Panamericana ISBN 978-8-4983-5810-0.

Artículo escrito por el personal de la Mayo Clinic, Mayodinic.org. Red informativa de Mayo Clinic.

Bizkarra, K.(2008).Encrucijada emocional: miedo(ansiedad), tristeza(depresión), rabia(violencia), alegría (euforia). Bilboa, España.

Bleiker, C. (2021). Covid.19 y salud /: "Nunca antes había tenido ataques de pánico. Dw Made for 54

Custo,E.(2008). Salud Mental y ciudadanía. Buenos Aires, Argentina. Espacio Editorial.

Fonseca Pedrero, E. (2018). Bienestar emocional en adolescentes riojanos: no hay salud sin salud mental. Universidad de la Rioja.

Froxán Parga, M. (2021). El sentimiento de culpabilidad no es útil para prevenir conductas de riesgos. Universidad Autónoma de Madrid

Garry Egger, A.B. (2017) Medicina del estilo de vida:hábitos, entorno,prevención y promoción de la salud. Century. Barcelona,España

Lufkin, B. (2021) BBC Worklife .Bbc.com/mundo/noticias-55800761

Tortella Feliu, M.(2013). Cuadernos de Medicina psicosomática y psiquiatría de enlace.

Revista iberoamericana de psicosomática

Serna, J.D. (2020) Aspectos Psicologicos del COVID-19 . MEXICO: TEKTIME.

Serrano-Cumplido, P.B., Antón-Eguía Ortega, A., Ruiz García, V., Olmo Quintana, A.,

Segura Fragoso, A., Barquilla García, F., Morán Bayón, A. (2020). Covid-19. La historia se repite y seguimos tropezando con la misma piedra.

Virues Elizondo, R.A. Ansiedad estudio (psicologiacientifica.com), Universidad Autónoma de Nuevo León, México.

<https://www.anahuac.mx/méxico/noticias/tristeza-por-covid-19>

<https://desaludpsicologos.es/problemas /trastornos -psicosomáticos-2/temblores-y-palpitaciones/>

<https://elibro.net/es/ereader/itursulogalvan/47743?page=46>

HABITABILIDAD EN LA PRODUCCIÓN SOCIAL DE VIVIENDA

MARTHA DEL CARMEN LÓPEZ RUIZ¹, JOSEFINA CUEVAS RODRÍGUEZ², FRANCISCO JAVIER FINO MORALES³

RESUMEN

Habitar es una necesidad compleja, puesto que, tiene implícitas diversas necesidades básicas en las acciones que realizan humanos en su día a día y no siempre se pueden satisfacer en la vivienda producida socialmente. El habitar propuesto por Heidegger, desde una mirada filosófica, es un acto o acción profundamente simbólica que simultáneamente exige un sentido de residencia y se encuentra asociado con otras acciones como la de construir y la de abrigar, refiriéndose esta última a la acción de cuidar. El habitar también está relacionado al lugar como un acto que se lleva a cabo en un sitio determinado, estableciendo dos fronteras: la espacial y la humana en su ser y estar. Este aporte filosófico compromete una reflexión desde la disciplina arquitectónica y un pensamiento previo para idear y construir espacios que resulten habitables, que cuiden y protejan al hombre de manera integral. Y si bien es cierto que el acto de habitar no es exclusivo del ser humano, es éste quien establece la medida de su hábitat. Partiendo de esta perspectiva, es de suma importancia valorar el concepto de habitar la vivienda.

La producción social de la vivienda es realizada por particulares y adolece identidad y pertenencia para los moradores, por lo que, no cubre sus necesidades habitacionales. En suma, el abordar el concepto desde una perspectiva teórica permitirá valorar los diferentes enfoques, actualizar la información y con ello, construir un nuevo concepto sobre el acto de habitar.

Palabras clave: habitabilidad, espacio habitable, producción social de la vivienda.

¹ Universidad Veracruzana. martha_c90@hotmail.com

² Universidad Veracruzana. jcrfauv@gmail.com

³ Universidad Veracruzana. ffinno@uv.mx

ABSTRACT

Nowadays, inhabiting is a quite complex necessity, since there are several basic needs implied within the actions that humans carry out in their day to day. Heidegger's proposed inhabiting, which simultaneously demands a sense of residency, from a philosophical standpoint, is a deeply symbolic act or action associated with other actions such as building and sheltering, in the sense of care giving. Inhabiting is also related to the place as an act that takes place in a determined area, which establishes two borders: a spatial one and a human one in its itself. This philosophical contribution entails a reflection from the architectural discipline and a preceding thought to come up with and build spaces that are livable, that care for and protect people integrally. And granted, inhabiting itself is not exclusive to humans, yet it is they who gradually establishes their habitat.

Housing social production is carried out by individuals and yearns identity and belonging to the inhabitants, which is why it doesn't satisfy its inhabiting needs. In summary, boarding the concept from a theoretical perspective will allow us to assess the different outlooks, to update the information and, because of this, to build a new concept of the act of inhabiting.

Keywords: inhabiting act, livable space, housing social production.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad se ha repetido un patrón entre los desarrolladores inmobiliarios a gran escala, construyendo viviendas en serie que ocupan la mayor parte del terreno en construcción, situación que es posible observar en las ciudades, derivando en cajas de concreto completamente impersonales que no guardan relación directa con quien las habita. La industrialización, funcionalismo y los modos de habitar de las personas transforman el espacio doméstico, representado un escenario conductual de cómo el individuo se proyecta al exterior, de acuerdo a su identidad y personalidad.

Predomina una vivienda de interés social con medidas mínimas, por lo que, es importante tener presente que es posible mejorar la habitabilidad de los espacios que la configuran, puesto que, las condiciones o características de habitabilidad que se presenten influirán directamente en quien la habita.

DESARROLLO

Los desarrollos habitacionales forman parte de la morfología urbana (Moreno, 2008) y se construyen por la oferta y demanda que existe en relación a la vivienda, y en su mayoría se encuentran en la periferia de la ciudad ocasionando que los traslados hasta los centros de trabajo generen un gasto excesivo. La expansión de las ciudades en el siglo XX genera gran concentración de personas en la periferia, congestión de tráfico y contaminación, entre otros aspectos, lo que las ha convertido en espacios poco habitables. Por lo anterior, resulta necesario analizar qué sucede desde los desarrollos habitacionales y sus viviendas, pues hacen evidente un fenómeno que incide directamente sobre la morfología urbana de la ciudad.

Un espacio habitable es un sitio que se ubica tanto en el interior como en el exterior de la vivienda, construido a partir de necesidades, actividades y satisfactores:

La vivienda debe concebirse como un elemento multisectorial que defina la satisfacción a partir de la respuesta que muestran los residentes. El hábitat se desarrolla a partir de la visión físicogeográfica donde la vivienda se constituye como eje articulador, donde el hábitat incluye a la vivienda y al entorno; por otro lado, se desarrolla desde la forma social y personal de producirlo, apreciarlo y apropiarlo (Salazar, 2015, p. 35).

El concepto: calidad de vida esta relacionado con la satisfacción y el bienestar del ser humano, y corresponde al grado de habitabilidad que puede tener la vivienda. (Moreno, 2008). Como antecedente, Pérez define la calidad de vida como:

El conjunto de unas condiciones óptimas que se conjugan y determinan sensaciones de confort en lo biológico y psicosocial dentro del espacio donde

el hombre habita y actúa (...) vinculadas a un determinado grado de satisfacción y a la percepción del espacio habitable como sano, seguro y grato visualmente (1999, p.40).

La habitabilidad se refiere a la relación de los seres humanos con la vivienda, siendo el primer escenario de interacción, tanto en lo individual como en lo colectivo. Su importancia se encuentra directamente vinculada al valor de satisfacción de las necesidades objetivas y subjetivas de los usuarios, permitiendo el sano desarrollo físico, biológico, psicológico y social de la persona (Landázuri y Mercado, 2004).

La habitabilidad, entendida desde lo perceptivo, implica una interpretación de la interrelación entre lo psicofísico y lo social por parte del habitante, con el objeto arquitectónico como espacio habitable. Esta adición lleva a una expresión formal para manifestar dialécticamente el modo de habitar (Enciso, 2005).

Ahora bien, la habitabilidad tiene su origen desde la percepción de quien lo vive, en este sentido se suman la elección de los materiales, la luz y sus diferentes temperaturas de color, e incluso la relación que existe entre el exterior e interior; y ello es necesario considerarlo para poder brindar una herramienta más para el desarrollo habitacional que sirva como parte de la generación de ambientes propicios para el desarrollo de actividades, en específico en un espacio en la vivienda de interés social. Asimismo, los espacios al interior de la vivienda tienen más de un uso con respecto al destino original para el cuál fueron concebidos, donde el crear atmosferas arquitectónicas tiene un lado único, como lo menciona Zumthor: “En mi trabajo tiene que haber un procedimiento, unos intereses, unos instrumentos, unas herramientas” (2006, p.21).

Alcalá (2007) conceptualiza la habitabilidad en el espacio urbano como una condición habitacional donde la vivienda está integrada físicamente a la ciudad, con buena accesibilidad a servicios y equipamiento, rodeada de un espacio público de calidad, y que carece de habitabilidad cuando, aun estando en buenas condiciones, se encuentra emplazada en un área vulnerable, marginal y de difícil acceso. Un nivel básico de habitabilidad sería una manera de resolver la precariedad de los sectores de bajos recursos para que accedan a una mejor condición de vida de manera

progresiva y se crea a través del cumplimiento de estándares relacionados a las condiciones acústicas, térmicas y de salubridad. Y para lograrla se deben sumar diferentes factores que encuentren las condiciones óptimas para que el usuario pueda realizar sus actividades; por lo que, sin esta condición no es posible que exista calidad de vida dentro del espacio urbano; pudiendo variar por características culturales locales y modos de habitar (Moreno, 2008).

El bienestar es la satisfacción de un conjunto de necesidades (Delgado et al, 1993), si los satisfactores son distintos el grado de bienestar es diverso y por lo tanto difícil de estandarizar, por esta razón, las viviendas son modificadas durante el paso del tiempo. El concepto de bienestar habitacional es entendido como la percepción y valoración que diversos observadores y los participantes le asignan a una vivienda, sumando todas las propiedades o atributo, en sus interacciones mutuas, y con el contexto en el cual se inserta y estableciendo distintas jerarquizaciones de acuerdo a variables de orden fisiológico, psicosocial, cultural, económico y político (Haramoto Cit. Pos. Moreno, 2008).

Por tanto, la habitabilidad se ve determinada por un conjunto de atributos que deben estar presentes en los espacios habitables para que su integración resulte útil, funcional, inteligible y significativa (Gómez, 2011). Este concepto también se define como: “El grado en que las cualidades y atributos de los espacios y sus continentes se ajusta a las expectativas, necesidades, patrones de vida y preferencias de los habitantes” (Luna et al, 2016, p.93). Otro punto a considerar es que incluya propuestas habitacionales que incorporen elementos que vuelvan la vivienda flexible y adaptable al envejecimiento activo de los seres humanos. (Salazar, 2015). Una definición del concepto de habitar se atribuye a los espacios construidos que satisfacen las necesidades objetivas y subjetivas de quienes los ocupan, que pueden equipararse a las cualidades medioambientales que permiten el sano desarrollo físico, biológico, psicológico y social de la persona (Castro, 1999). El habitar, a pesar de ser un término que se relaciona con la vivienda, no es lo único que debemos tomar en cuenta y supone tanto un acontecimiento y una cualidad mental y experiencial como un escenario material, funcional y técnico, pues es la

expresión de la personalidad del habitante y de sus patrones de vida únicos (Pallasmaa, 2016).

VIVIENDA

Después de la Segunda Guerra Mundial se estableció la vivienda como tema central de la arquitectura y se cuestionó en qué medida debe ser reflejo de quien la habita (Luna et al, 2016). En palabras de Liernur:

Con el acelerado crecimiento de la ciudad, la vivienda pasó de ser un bien constituido de manera lenta, expresión fuerte de las raíces, a considerarse una mercancía abstracta, fugaz y anónima. (...) Estas viviendas no han sido creadas para alguien en particular, por el contrario, es la desaparición de todo rasgo fuerte lo que la define y además permite la movilidad de ocupantes (2006, pp.51-52).

La vivienda digna se puede definir como el espacio construido, donde un grupo familiar puede concretar la vida de interrelación con sus miembros, para el desarrollo de las actividades personales. Actualmente en México la vivienda de interés social es desarrollada por el sector privado (De los Ríos, 2016). Así mismo Kuri (2006) menciona que “La vivienda de interés social se encuentra definida mayoritariamente por modelos rígidos, para familias tipo, estáticas, actualmente no representativas” (p. 75).

Las funciones de los espacios en la vivienda moderna se establecen desde el diseño, utilizando dimensiones mínimas, haciendo difícil la adaptación de dichos espacios para otros usos (Ettinger, 2010). Por su parte Galeana (2008) menciona que:

Los espacios interiores en la vivienda de interés social no resuelven el problema de habitar ni en sus aspectos más básicos, ya que los materiales y sistemas constructivos son de baja calidad por ser elegidos en función del costo mínimo y no de sus cualidades.

El actual sistema de producción de vivienda de interés social, otorgado a promotores que especulan con esta problemática, produce viviendas en condicione inhumanas que generan problemas de salud y riesgo, y traen consigo profundos problemas sociales (p.781).

La vivienda colectiva como re densificación, vector de innovación y lugar de consumo -en donde la practicidad, ahorro de tiempo eran reflejadas al realizar la mayoría de las actividades- se convirtió en un escenario de confort, no solo cualitativo y subjetivo, sino objetivo, cuantitativo y medible como idea de progreso (Cruz-Petit, 2019). Un ejemplo de vivienda colectiva en México es el Conjunto Urbano presidente Miguel Alemán (CUPA), conocido como el conjunto con mayor éxito y logro para su época, fue construido en el año de 1947 y diseñado por el arquitecto Mario Pani. Representó un cambio de paradigma para vivir la modernidad, con una diversidad habitacional significativa (48, 57, 61, 70 y 76 metros cuadrados), densidad y un vasto equipamiento urbano: dispensario, zona comercial, lavandería, supermercado, guardería, club deportivo, teatro, biblioteca, alberca, administración, iglesia, jardín de niños, guardería y hospital. Y este conjunto no solo se proyectó para generar vivienda sino también ir generando ciudad (Kochen, 2017), por lo que resulta un referente obligado.

Cada entorno arquitectónico se relaciona con patrones de conducta, es decir, puede actuar como potenciador o inhibidor, siendo los ambientes inhibidores los que presentan un efecto más pronunciado (Holahan, 2009). Para un habitante el valor de su casa va más allá de lo material, que se refleja en el significado que él le otorga. La relación existente entre espacio y habitante convierte a la vivienda en el espacio que expresa el modo de habitar de sus usuarios (Luna et al, 2016). La construcción de vivienda satisface la mayor parte de las necesidades físicas, pero que no pueden albergar la identidad que sólo da el ser humano (Pallasmaa,2016).

Describir la vivienda a partir la fenomenología⁴ lleva a comprender el sentido del ser y pertenencia considerando los aspectos domésticos, íntimos y poéticos. Despliega un espacio de apropiación, alineación, deseos y miedos a través de la experiencia del habitante. Adquiere un valor simbólico en tanto se vive, experimenta y se percibe diariamente, puesto que el ser humano involucra sueños, deseos y memorias. Analizar la vivienda desde parámetros fenomenológicos plantea un análisis multidisciplinario, desde ámbitos como la psicología, geografía humana, antropología o sociología (Gutiérrez,2016) que requiere la intervención de varios expertos para que infieran los parámetros mínimos necesarios que orienten el desarrollo de conjuntos habitacionales.

REFLEXIONES

La vivienda de interés social suele destinarse a un usuario genérico o estándar y no está dirigida a alguien en específico. Por lo que, es necesario recuperar la calidad de vida del habitante y no solo es tarea de la arquitectura sino de expertos de otras disciplinas (Castro,1999 y Gutiérrez, 2016). El mejorar la calidad de vida por medio de la integridad de barrio es crecer como ciudad. Ya que, retomando a Alcalá (2007) el concepto de habitabilidad no se debe ver aislado puesto que no solo es habitar la vivienda, sino también ser parte de la ciudad, en este caso “el barrio”, para sentirse identificado apropiándose de la vivienda. En este orden de ideas, la vivienda corresponde a una necesidad mientras que el habitar es un producto, por lo que el funcionamiento de las ciudades se determina por la dinámica que se generan a partir de la vivienda, entendiendo la vivienda como un todo (Garcilaso, 2007; Juárez, 2016).

⁴ El concepto de fenomenología, a partir de La poética del espacio (1958) de Gastón Bachelard, explora el argumento teórico en lugares íntimos y cómo ha permeado en el estudio teórico de la arquitectura. El entendimiento del espacio doméstico, más allá de sus cualidades espaciales ,puede propiciar un acercamiento transdisciplinario a través de la arquitectura.

Entender el concepto de habitabilidad, desde lo planteado por Moreno (2008), lleva a considerarla como una condición intangible, casi cualitativa, en donde la relación que tiene el hombre con el espacio se vuelve íntima, y de igual forma se encuentra directamente relacionada con la calidad de vida. Y de forma análoga, usa el término: confort para evaluar las condiciones en que es habitado un espacio. Sin embargo, este enfoque pretende que todos los usuarios vivan de la misma manera teniendo las mismas necesidades y ello es imposible. Por último, este autor refiere que este concepto se entiende como un acto perceptivo, haciendo énfasis en que el objeto arquitectónico lleva implicado un significado, el cual produce una expresión en el modo de habitar.

El crear espacios que sean habitables va en concordancia con la calidad de vida, el incluir el concepto como parte del proyecto arquitectónico puede producir resultados favorables para quien los habitará, puesto que, no solo se trata de buscar que se cumplan las necesidades básicas, como las condiciones de temperatura, ventilación, iluminación dimensiones óptimas para el desempeño de actividades, sino complementar -desde lo experimental y sensorial- para producir una experiencia favorable en sus futuros moradores.

Hablando de la habitabilidad aplicada a la vivienda de interés social y haciendo énfasis en lo planteado por Zumthor (2006), el crear ambientes que favorezcan la vida de quien habita esta tipología de vivienda estimula el grado de satisfacción en sus habitantes, situación que concierne a la percepción de cada persona, sin embargo, esta tiene variaciones de acuerdo a las actividades que se realizan en el espacio.

Hasta aquí podríamos decir que la habitabilidad está determinada por la relación y adecuación entre el hombre y su entorno, y se refiere a cómo cada una de las escalas territoriales es evaluada según su capacidad de satisfacer las necesidades humanas

Al hablar del hábitat, a partir del espacio arquitectónico, es pertinente considerar el mayor número de variables posibles para lograr un bienestar en beneficio del usuario para acertar con sus necesidades sin trabajar en la especulación, tomando en cuenta diferentes consideraciones que pudiesen surgir en un futuro, para

complementar el concepto de habitabilidad planteado por Salazar (2015) puesto que, la vivienda debe de ser flexible y adaptable al envejecimiento del ser humano. Como lo manifiesta Luna (2016) la vivienda tiene una importancia que va más allá del valor material pues el significado que se le otorga -como una organización espacial- es dado por los habitantes, quienes forjan sus anhelos y materializan sus aspiraciones.

El habitar, como resultado de la habitabilidad, no es solo una tarea sino una serie de acontecimientos que incluyen experiencias donde intervienen diversos elementos. Desde la perspectiva de Pallasmaa el hogar es una vivienda individualizada, y el significado de esa sutil personalización parece hallarse fuera de nuestro concepto de arquitectura (2016). Dicho lo anterior, se entiende a la casa como un cascarón mientras que el usuario es quien da vida y sentido a lo que pasa en el interior, a lo que Pallasmaa denominará hogar.

Lo abordado plantea, en primera instancia, las consideraciones para la producción de vivienda para hablar de habitabilidad como característica principal para el bienestar del ser humano. A partir de la revisión y propuesta de los autores se resalta la importancia de considerar el concepto de habitar en la producción social de la vivienda, puesto que, su valor reside en la experiencia diaria, la apropiación e identidad, más allá de sus cualidades espaciales.

Asimismo, se expuso que la vivienda debe incluir cualidades y atributos que se ajusten a las expectativas, necesidades, patrones de vida y preferencia de quienes la habitan porque es el espacio donde se concreta la interrelación con sus miembros. De esta manera, a pesar de las dimensiones mínimas en su espacialidad, el considerar espacios que sean adaptables para su uso resolverían la habitabilidad en un primer nivel.

Adicionalmente, esta revisión plantea que la vivienda de interés social, al destinarse a un usuario estándar, descuida la habitabilidad. Este concepto surge desde el bienestar habitacional pues es entendido como el valor que le dan sus habitantes desde lo fisiológico, psicosocial cultural y económico como condición intangible.

En suma, el concepto de habitabilidad implica considerar acercamientos interdisciplinarios que permitan redefinir concepciones arquitectónicas hacia la producción social de la vivienda. El tener una diversidad habitacional permite mejorar las condiciones de habitabilidad, además de que los futuros habitantes puedan escoger la que mejor se adapte a su forma de habitar en concordancia de sus necesidades objetivas y subjetivas. Trascender a una oferta de vivienda más personalizada implica aplicar las investigaciones que muchos teóricos han desarrollado y es sin duda un reto para los proyectistas, que en lugar de establecer un solo tipo tengan una oferta variada y adaptable. Si el foco de atención de los desarrolladores habitacionales deja de ser prioritariamente económico y considera la habitabilidad estaremos transitando a una evolución de la producción social de la vivienda.

REFERENCIAS

- Alcalá, L. (2007). "Dimensiones urbanas del problema habitacional. El caso de la ciudad de Resistencia Argentina". Boletín del Instituto de Vivienda INVI, 22(59), 35-68
- Castro, M. Habitabilidad, medio ambiente y ciudad. 2° Congreso Latinoamericano El habitar una orientación para la investigación proyectual. 1ª Ed. México: Universidad Autónoma Metropolitana, 1999
- Cruz-Petit, B., Legal-Menegus, A., & Perez-Duarte, A. (2019). Arquitectura Y Habitabilidad en el Multifamiliar para Maestros De M. Pani Y S. Ortega. Revista Legado de Arquitectura y Diseño (25). Obtenido de <https://n9.cl/tx25g>
- De los Ríos, S. (2016). El derecho a la vivienda y las declaraciones constitucionales. Revista INVI Vol. 23 Num 62. Disponible en: <https://n9.cl/8mf8o>
- Delgado, B., y Failache, S. (1993) "El concepto de calidad de vida: una revisión a su alcance y contenido". Revista Geográfica Venezolana, 34
- Enciso S. (2005). "¿Habitar y habitabilidad = placer?". Dialogando Arquitectura, 3. Universidad Nacional Autónoma de México
- Ettinger, R. 2 (2010) "La transformación de la vivienda vernácula en Michoacán: materialidad, espacio y representación", CONACYT.
- Galeana cruz, S. (2008) "La tipología en la vivienda como precedente sustentable" en ACE: Architecture, City and Environment, N° 6,, pp. 777-800.
- Gutiérrez, F. (2016). De la casa a los espacios íntimos a partir de la descripción fenomenológica de Gastón Bachelard. Obtenido de <https://n9.cl/f1aec>
- Gómez, G: (2011). Donde habita la violencia. Violencia doméstica y arquitectura. Puebla Programa Editorial de la Red Investigación Urbana A. C.

- Haramoto, E. (1999). "Vivienda Social, opciones para las familias y hogares más pobres". Boletín del Instituto de la Vivienda INVI, 14 (37), 90-101.
- Holahan, J. (2009). Psicología ambiental un enfoque general. Mexico, D.F.: Limusa.
- Kuri, R. (2006) "La vivienda agrupada, ente los cambios culturales" en J. Sarquis, Arquitectura y modos de habitar, Buenos Aires, Nobuko Sa,
- Landázuri, A. Mercado, S. (2004) Algunos factores físicos y psicológicos relacionados con la habitabilidad interna de la vivienda. Medio ambiente y comportamiento Humano. Volumen 5 (1 y 2), pp 89-113. ISSSN 1576-6462
- Liernur, F. (2006) "Consideraciones sobre la constitución de la casa como mercancía en Argentina" en F. Sarquis, Arquitectura y modos de habitar, Buenos Aires, Nobuko Sa, 2006
- Luna, J. y Gómez, A. (2016) Un acercamiento al estudio de la habitabilidad en la vivienda de interés social pp.91-111. Disponible en: <https://n9.cl/6yjr4>
- Moreno, S. (2008). La habitabilidad urbana como condición de calidad de vida. Palapa, III(II), 47-54. Disponible en: <https://n9.cl/s63hn>
- Pallasma, J. (2016) Habitar. Barcelona. Gustavo Gili.
- Pérez, A. (1999). "La construcción de indicadores Bio.Ecologicos para medir la calidad del ambiente urbano". Documento de investigación del Grupo Calidad Ambiental Urbana. Mérida: Facultad de Arquitectura y arte de la Universidad de Los Andes.
- Salazar, B. (2015) Espacios Multigeneracionales, Diseño del hábitat para personas mayores en centros urbanos y viviendas populares, a partir del diseño participativo y cuidado del medio ambiente. México. Facultad de Arquitectura Universidad Veracruzana.

Zumthor, P. (2006) Atmosferas. Entornos Arquitectónicos- Las cosas a mi alrededor. Barcelona. Gustavo Gili.

ACTITUD HACIA LA INTENCIÓN DE COMPRA VERDE

CELIA CRISTÓBAL HERNÁNDEZ¹, SARA SOSA VILLAR², OLIVIA GUADALUPE LÓPEZ RUÍZ³, ALEJANDRO GUZMÁN ROBLES⁴

RESUMEN

El consumo de productos amigables con el medio ambiente como un estilo de vida es importante dado el actual fenómeno de la contaminación, de ahí, la pertinencia de medir el comportamiento de los jóvenes hacia un consumo sustentable, por tanto, el objetivo de este estudio es aplicar un método cuantitativo para proponer un modelo de ecuaciones estructurales aplicando el modelo estadístico multivariante no paramétrico, PLS, mediante el programa SmartPLS 4, basados en una encuesta aplicada a jóvenes que estudian o que estudian y trabajan ubicados en la ciudad de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca, con el objetivo de pronosticar la actitud hacia la intención de compra de productos ecológicos, así también, proponer un modelo conceptual que considera las variables: Conocimiento, Preocupación, Altruismo y Escepticismo para establecer su relación con el comportamiento medioambiental, y encontrar el principal predictor de dicho comportamiento. Los resultados demuestran que las variables “conocimiento y altruismo medioambiental” fueron las que influyen positivamente en la actitud de compra de los consumidores, mientras que la actitud de compra de productos ecológicos es predictora de la intención de compra de estos productos, con lo cual se espera aportar conocimiento sobre el tema que motive a los consumidores la compra verde.

Palabras clave: Intención de compra de productos ecológicos, variables del comportamiento medioambiental, ecuaciones estructurales.

¹ Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Tuxtepec. crancer10@hotmail.com

² Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Tuxtepec. saraso98@yahoo.com.mx

³ Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Tuxtepec. oglruiz@hotmail.com

⁴ Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Tuxtepec. alejandroguzmanrobles3@gmail.com

ABSTRACT

The consumption of environmentally friendly products as a lifestyle is important given the current phenomenon of pollution, hence the relevance of measuring the behavior of young people towards sustainable consumption, therefore, the objective of this study is to apply a quantitative method to propose a model of structural equations applying the non-parametric multivariate statistical model, PLS, through the SmartPLS 4 program, based on a survey applied to young people who study or who study and work located in the city of San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca, with the aim of forecasting the attitude towards the intention of buying ecological products, as well as, propose a conceptual model that considers the variables: Knowledge, Concern, Altruism and Skepticism to establish their relationship with environmental behavior, and find the main predictor of such behavior. The results show that the variables "knowledge and environmental altruism" were those that positively influence the purchasing attitude of consumers, while the attitude of purchase of ecological products is a predictor of the intention to buy these products, which is expected to contribute knowledge on the subject that motivates consumers green purchase.

Keywords: Intention to purchase ecological products, environmental behavior variables, structural equations.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, existe una emergencia ambiental a nivel mundial, esto, ha sido reconocido por la ONU (Organización de las Naciones Unidas), quienes iniciaron el tema sobre el cuidado de los ecosistemas del planeta desde 1972, en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano en Estocolmo, este dio la pauta para colocar el medio ambiente como una prioridad global (United Nations, 1972). Un resultado importante derivado de la conferencia fue la creación del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), ahora, cincuenta años después, (junio, 2022) Suecia promueve una Asamblea General de las Naciones Unidas, para revisar los esfuerzos realizados a la fecha, y comprometer a las

naciones participantes a adoptar los principios sobre el medio ambiente, a través de la Declaración de Estocolmo y el Plan de Acción para el Medio Ambiente Humano. En 1999, Kofi Annan (secretario general de las Naciones Unidas) propone el Pacto Mundial de valores y principios en pro de un mercado global más humano, el cual fue formalizado en el año 2000 y donde el tema medio ambiente formó parte de dicho Pacto. México creó en 2005, la Red Mexicana del Pacto Mundial como una Plataforma de Servicios para que el empresario cuente con herramientas, capacitación y acceso a la red internacional de conocimientos y buenas prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (Mundial, 2000).

Dentro de los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas se encuentran tres relacionados con el medio ambiente; el principio 7 establece: Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el Medio Ambiente; el principio 8 establece: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental; el principio 9 establece: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el Medio Ambiente.

Esta preocupación a nivel mundial sobre la afectación al medio ambiente pone de manifiesto la importancia del tema, cualquier esfuerzo que se realice hacia el consumo sustentable debe ser avalado desde todos los ámbitos posibles, para ello, se requiere conocer cuáles son las variables que lo promueven. En el caso particular de México, es visible su preocupación por los problemas ambientales, que lo coloca en tercer lugar en la encuesta (Greendex, 2014), y en sexto lugar en la clasificación general en el tema.

REVISION DE LA LITERATURA

Estudios relacionados con la compra de productos ecológicos, han manifestado sus conclusiones respecto a los factores que promueven la compra verde, el posicionamiento, la marca, el precio, el conocimiento, el altruismo, el eco etiquetado, (Bucio, Jiménez, Azuela. 2020; Llamas 2016; Trujillo, Vera. 2011) son algunos de los factores abordados y que dan cuenta del interés, sobre todo de los jóvenes por adoptarlos, y el seguimiento en este tema es importante por dos razones; en primer

lugar se debe crear conciencia en la adopción de una cultura que promueva el consumo de estos productos, las empresas deberán adoptar una exigencia del consumidor sobre la producción cada vez más natural, para crear el ciclo ecológico, de nada serviría la exigencia del consumidor de productos ecológicos si su existencia en el mercado es escasa. Por otra parte, es necesario el conocimiento verdadero sobre el impacto de estos productos en la salud y en el ambiente, el engaño de las marcas sobre el tipo de producto que ofrecen es una realidad conocida, y si las autoridades no tienen o no pueden frenar este tipo de publicidad que engaña al consumidor, la salida viable es el conocimiento, y esto solo puede lograrse mediante la investigación,

Por otra parte, sigue en debate la idea de que la actitud no aterriza precisamente en la intención de compra, se debe seguir en la investigación, estudios previos llevan al conocimiento del comportamiento de consumidor, siendo este el interés que guía esta investigación, donde también se aborda la actitud como un factor que promueve la compra verde

CONTENIDO, MATERIAL Y MÉTODOS

Se aplica en esta investigación el PLS-SEM como técnica estadística multivariante no paramétrica, que pretende analizar la variable latente “Intención de compra verde” como resultado del comportamiento medioambiental representado por las relaciones que se dan en el conocimiento, preocupación, altruismo y escepticismo de los productos ecológicos. Para ello se aplicó una encuesta a consumidores de estos productos, preferentemente jóvenes universitarios, aun cuando no estuvo limitada solo a esta población.

POBLACION Y MUESTRA

Se consideran jóvenes de 18 años en adelante, universitarios que trabajan y estudian. que solo estudian o sólo trabajan, y de los cuales se tiene una muestra de 187 encuestas contestadas, incluyendo como unidad de analisis, hombres y mujeres de la ciudad de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca, El instrumento de datos consta de 18 ítems distribuidos en primer lugar en cuatro variables: 1.

Conocimiento medioambiental; 2. Preocupación medioambiental; 3. Altruismo medioambiental y 4. Escepticismo medioambiental. Adicionalmente se incluyen ítems para analizar dos dimensiones: Actitud de compra verde e Intención de compra verde.

La escala de medición que se aplica es la de tipo Likert, la cual consta de 5 puntos a calificar, se asigna a la respuesta Totalmente en desacuerdo (1); En desacuerdo (2); Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3); De acuerdo (4) y Totalmente de acuerdo (5). Los ítems se configuran en las siguientes variables tomadas de los autores que se mencionan en la misma.

TABLA 1 ÍTEM Y VARIABLES DE ESTUDIO.

VARIABLE	ÍTEM	AUTOR QUE LAS PROPONE
Conocimiento medioambiental	Compro productos y empaques que sean amigables con el medioambiente. CMA	(Ellen, Eroglu, & Webb, 1997)
	Sé más sobre el reciclaje que la persona promedio. CMA	
	Sé cómo seleccionar productos y empaques que reducen la cantidad de residuos que acaban en vertederos. CMA	
	Estoy muy bien informado sobre cuestiones ambientales CMA	
Preocupación medioambiental	Nos estamos acercando al límite de la cantidad de personas que la tierra puede soportar. PMA	(Dunlap, Van Liere, Mertig, & Jones, 2000)
	La tierra tiene muchos recursos naturales sólo debemos aprender a desarrollarlos. PMA	
	La tierra es como una nave espacial con una única habitación limitada en recursos. PMA	
	Los seres humanos tienen derecho a modificar el entorno. PMA	
	El equilibrio de la naturaleza es muy delicado y fácilmente alterable. PMA	
	El ingenio humano se asegurará de no hacer a la tierra inhabitable. PMA	
Altruismo medioambiental	NO necesitamos preocuparnos mucho por el medioambiente, porque las generaciones futuras estarán en mejores condiciones que nosotros para hacer frente a estos problemas. ALT	(Stern, Dietz, & Kalof, 1993)
	Los efectos de la contaminación sobre la salud pública son peores de lo que nos damos cuenta. ALT	
	La contaminación generada en este lugar perjudica a personas de todo el mundo. ALT	
Escepticismo medioambiental	La mayoría de las frases ambientales plasmadas en las etiquetas de los empaques o en la publicidad son verdaderas. EMA	(Mohr, Eroglu, & Ellen, 1998)
	Las frases ambientales son exageradas en los productos, sería mejor si tales afirmaciones en las etiquetas de los empaques o en la publicidad fueran eliminadas. EMA	
	La mayoría de las frases ambientales en las etiquetas de los empaques o en la publicidad pretenden engañarnos en lugar de informar a los consumidores. EMA	

	NO creo en la mayoría de las frases ambientales plasmadas en las etiquetas de los empaques o en la publicidad eco-amigable. EMA.	
Actitud de compra verde	A mí me gusta la idea de comprar productos ecológicos o sustentables. ACV.	(Li, 1997).
	Comprar productos ecológicos o sustentables es buena idea. ACV	
	Tengo una actitud favorable hacia la compra de productos en su versión ecológica o sustentable. ACV	
Intención de compra verde	Durante el próximo mes, voy a considerar la compra de productos ecológicos o sustentables, ya que son menos contaminantes ICV	
	Durante el próximo mes, voy a considerar el cambio a otras marcas por razones ecológicas o sustentables ICV	
	Durante el próximo mes, me propongo cambiar a una versión ecológica o sustentable de un producto. ICV	

Elaboración propia

El método propuesto para esta investigación (PSL- Mínimos Cuadrados Parciales), tiene como objetivo examinar las relaciones causales de dependencia que se dan entre las variables dependientes e independientes relacionadas con la actitud e intención de compra de productos ecológicos. Este método basado en la varianza no exige supuestos paramétricos, (supuestos de normalidad, colinealidad, etc.), como por ejemplo los métodos de regresión lineal, el de análisis factorial, o el método de ecuaciones estructurales basado en la covarianza (CB-SEM) por tal motivo, este método (PLS), suele clasificarse como técnica no paramétrica. De conformidad con el objetivo planteado en esta investigación, y dada la característica causal de la hipótesis, se pretende explicar la ocurrencia de un fenómeno social, de lo cual se deduce la pertinencia del método a aplicar (PLS), fundamentado en Shmueli y Koppius (2011).

Por tanto, las bondades del modelo PLS-SEM se ajustan a esta investigación, entre los que se mencionan las siguientes: Se utiliza la escala de Likert cuya medición ordinal es aceptada para el modelo de medida; siendo un método no paramétrico no exige supuestos de normalidad; al maximizar R^2 (Coeficiente de determinación), se tiene una mayor cantidad de varianza explicada y aun cuando no es el caso, acepta tamaños pequeños de muestras, ya que puede trabajar tanto con un ítem para un constructo como varios. Se parte de las siguientes hipótesis:

TABLA 2 HIPÓTESIS DE ESTUDIO PARA EL MODELO DE MEDIDA.

Hipótesis	Variable	Ítem	Ítem	Ítem	Ítem	Ítem
H ₁ :	Conocimiento del medio ambiente	CMA1	CMA2	CMA3		
H ₂	Preocupación medioambiental	PMA6	PMA7	PMA8	PMA9	PMA10
H ₃	Altruismo medioambiental	ALT11	ALT12	ALT13		
H ₄	Escepticismo medioambiental	EMA14	EMA15	EMA16	EMA17	
H ₅	Actitud de compra verde	ACV18	ACV19	ACV20		

Elaboración propia

Las hipótesis para este estudio son las siguientes:

H1: El conocimiento del medio ambiente en el ámbito ecológico, es una influencia positiva en la actitud de compra verde

H2: La preocupación medioambiental, despierta una influencia positiva en la actitud de compra verde

H3: El altruismo medioambiental, genera una influencia positiva en la actitud de compra verde

H4. El escepticismo medioambiental, crea una influencia positiva en la actitud de compra verde

H5: la actitud de compra verde influencia la intención de compra verde

RESULTADOS

Se parte de comprobar la fiabilidad y validez de los datos, en la primera fase del proceso, en este caso el modelo de medida.

FIABILIDAD

Se aplica el algoritmo del sistema PLS al conjunto de datos que conforman la muestra, y se observan los resultados relacionados con las cargas factoriales que representan la contribución de cada variable al factor y su contribución en la explicación del problema. En este caso, las cargas factoriales de algunos ítems presentan cargas muy bajas, teniendo inclusive uno de tipo negativo (tabla 3), por tal motivo se eliminan de la prueba, quedando solo aquellos con cargas superiores a 0.500.

En una primera revisión se eliminaron los ítems con cargas factoriales inferiores a .4, los ítems: CM4, CM5, PMA9 y EMA14. Una vez eliminados se estimó nuevamente el algoritmo PLS, y ahora resultaron los ítems CMA2 y CMA3 por debajo de .4.

Se elimina el ítem CMA2 y se observan los resultados, ahora el ítem CMA3 presenta una carga factorial mayor a .5 (.504), por lo que ya no requiere su eliminación de la prueba.

Después de eliminar los ítems no representativos, la tabla 3 muestra como quedaron las cargas factoriales, y que al no tener valores debajo de 0.5, (Hair, Anderson, Tatham y Blak, 1999), se considera su fiabilidad.

TABLA 3 FIABILIDAD INDIVIDUAL DE LOS ÍTEMS.

CÓDIGO	ÍTEM	CARGA
CMA1	Compro productos y empaques que sean amigables con el medioambiente.	0.806
CMA2	Sé más sobre el reciclaje que la persona promedio.	0.346
CMA3	Sé cómo seleccionar productos y empaques que reducen la cantidad de residuos que acaban en vertederos.	0.504
CMA4	Estoy muy bien informado sobre cuestiones ambientales.	0.285**
PMA5	Nos estamos acercando al límite de la cantidad de personas que la tierra puede soportar.	0.382
PMA6	La tierra tiene muchos recursos naturales sólo debemos aprender a desarrollarlos.	0.729
PMA7	La tierra es como una nave espacial con una única habitación limitada en recursos.	0.592
PMA8	Los seres humanos tienen derecho a modificar el entorno.	0.661
PMA9	El equilibrio de la naturaleza es muy delicado y fácilmente alterable.	0.266**
PMA10	El ingenio humano se asegurará de no hacer a la tierra inhabitable.	0.642
ALT11	NO necesitamos preocuparnos mucho por el medioambiente, porque las generaciones futuras estarán en mejores condiciones que nosotros para hacer frente a estos problemas.	0.553
ALT12	Los efectos de la contaminación sobre la salud pública son peores de lo que nos damos cuenta.	0.644
ALT13	La contaminación generada en este lugar perjudica a personas de todo el mundo.	0.805
EMA14	La mayoría de las frases ambientales plasmadas en las etiquetas de los empaques o en la publicidad son verdaderas.	-0.057**
EMA15	Las frases ambientales son exageradas en los productos, sería mejor si tales afirmaciones en las etiquetas de los empaques o en la publicidad fueran eliminadas.	0.664
EMA16	La mayoría de las frases ambientales en las etiquetas de los empaques o en la publicidad pretenden engañarnos en lugar de informar a los consumidores.	0.876
EMA17	NO creo en la mayoría de las frases ambientales plasmadas en las etiquetas de los empaques o en la publicidad eco-amigable.	0.948

ACV18	A mí me gusta la idea de comprar productos ecológicos o sustentables.	0.822
ACV19	Comprar productos ecológicos o sustentables es buena idea.	0.841
ACV20	Tengo una actitud favorable hacia la compra de productos en su versión ecológica o sustentable.	0.848
ICV21	Durante el próximo mes, voy a considerar la compra de productos ecológicos o sustentables, ya que son menos contaminantes.	0.896
ICV22	Durante el próximo mes, voy a considerar el cambio a otras marcas por razones ecológicas o sustentables.	0.912
ICV23	Durante el próximo mes, me propongo cambiar a una versión ecológica o sustentable de un producto.	0.842

Elaboración propia con resultados del smartspl4

***P values > a 0.05*

CONSISTENCIA INTERNA

Es la confiabilidad por consistencia interna (Kline, P., 2015) o bien la correlación entre los distintos ítems o formas paralelas de la prueba, donde la validez hace referencia al nivel de confirmación que se opera en las relaciones respecto de la teoría que las sustentan.

TABLA 4 ALFA DE CRONBACH, FIABILIDAD COMPUESTA Y VALIDEZ CONVERGENTE (AVE)

Hipótesis	Alfa de Cronbach	Fiabilidad compuesta	AVE
H1	0.211	0.710	0.556
H2	0.563	0.752	0.433
H3	0.395	0.711	0.456
H4	0.829	0.874	0.703
H5	0.787	0.875	0.701

Elaboración propia. Obtenidos de SmartPLS4

La fiabilidad por medio del alfa de Cronbach (tabla 4) tiene la escala de medición de 0 a 1, valores de alfa cercanos a uno demuestran una buena fiabilidad. Se agrega una prueba más robusta, la **fiabilidad compuesta** (Werst, Linn y Joreskog, 1974) que igualmente toma los valores de 0 a 1 y al igual que el alfa de Cronbach, entre mas cercano este a 1, demuestra una mayor consistencia interna.

VALIDEZ CONVERGENTE

Posterior a esta prueba, se obtiene la validez convergente, se trata de medir la validez del constructo, en este caso se evalúa si los diferentes ítems que se destinan a medir un concepto miden lo mismo. La validez convergente se mide a través de

AVE (Análisis de la varianza extraída), por lo que cuando esto sucede, los ítems se encuentran muy correlacionados. El AVE toma la varianza extraída media de un constructo y sus respectivos indicadores. se busca que este indicador sea mayor a 0.5 (tabla 4)

VALIDEZ DISCRIMINANTE

La prueba de validez discriminante hace una comparación entre las correlaciones de los indicadores, y se confirma la validez discriminante cuando todas las correlaciones entre “X” y “Y”, son significativas, además que cada una de esas correlaciones es mayor que todas las correlaciones entre indicadores de las dos variables (Kampbell y Fiske, 1959)

Para esta prueba se compara la raíz cuadrada de la fiabilidad (AVE) obtenida en el analisis anterior con el valor de otro constructo del mismo instrumento para constatar que el AVE siempre sea mayor a cualquier otro constructo, eligiendo el que tenga la correlación más alta. (Fornell-Larcker, 1981)

TABLA 5 VALIDEZ DISCRIMINANTE

	AVE (raíz cuadrada)	Correlación con otro constructo
H1	.740	.413
H2	.650	.369
H3	.670	.493
H4	.830	.302
H5	.830	.719

Elaboración propia. Obtenidos de SmartPLS4

A partir de aquí, se analiza el MODELO ESTRUCTURAL, basado en primer lugar en el:

TEST DE COLINEALIDAD

Se realiza la colinealidad que pueda existir en las variables que conforman el modelo estructural, específicamente las exógenas. Se parte del Factor de Inflación de la Varianza (FIV), el cual debe ser menor a 5 para presumir su ausencia.

Esta prueba tiene por objetivo evitar el sesgo debido a que los coeficientes del modelo path, maneja las regresiones de cada variable latente endógena, así como sus constructos, y se previene que dichos coeficientes no estén relacionados.

Por cada constructo se realiza la prueba FIV, en este caso representados por las hipótesis correspondientes. (Tabla 6)

TABLA 6 DETERMINACION DEL VIF (FACTOR DE INFLACIÓN DE LA VARIANZA)

Variables latentes exógenas	FIV
H1 Conocimiento medioambiental influye en Actitud de compra verde	1.57
H2 Preocupación medioambiental influye en Actitud de compra verde	2.14
H3 Altruismo medioambiental influye en Actitud de compra verde	2.38
H4 Escepticismo medioambiental influye en Actitud de compra verde	1.05

Elaboración propia. Obtenidos de SmartPLS4

Enseguida se analizan los coeficientes de determinación R^2

TABLA 7 DETERMINACION DE R CUADRADA

Variable Latente Endógena	R^2
Actitud de compra verde (ACV)	0.681
Intención de compra verde (ICV)	0.656

Elaboración propia. Obtenidos de SmartPLS4

R^2 representa la varianza explicada de las variables endógenas, valorando como criterio de aceptación el que sea mayor a 0.1

COEFICIENTE PATH

Los coeficientes Path representan los pesos de regresión estandarizados y para que sea significativo debe alcanzar por lo menos un valor de 0.2.

TABLA 8 DETERMINACION DEL COEFICIENTE PATH

HIPOTESIS	Coeficiente	t-value
H1>H5	0.929	4.185
H2>H5	-0.814	2.444
H3>H5	1.051	5.405
H4>H5	0.143	1.152
H5> intención de compra verde	0.811	14.356

Elaboración propia. Obtenidos de SmartPLS4

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En un primer análisis se revisan los supuestos de fiabilidad, los que permiten establecer argumentos de consistencia y estabilidad de las medidas que se utilizan en la prueba.

Como un primer paso se procedió a revisar la fiabilidad del ítem, obteniendo las cargas factoriales de cada uno de ellos y procediendo a la depuración de aquellos ítems que no alcanzaron la carga factorial exigida.

La tabla 3 muestra la significancia que tuvo cada ítem y su correspondiente carga factorial, señalando aquellos que fueron eliminados para proseguir con el proceso, en este caso CMA2, (0.346), CMA4, (0.285**), PMA5 (0.382), PMA9 (0.266**) y EMA14 (-0.057**). También se señala la significancia menor a 0.05 **, para eliminar las variables de poca contribución. Una vez que se eliminaron las variables no representativas, se prosigue con el modelo con las que no fueron señaladas.

Siguiendo con el Modelo de Medida, se obtuvo la consistencia interna, (tabla 4) en este caso, 2 de las variables (H1 y H3) tienen un alfa por debajo de 0.5, sin embargo, atendiendo al indicador de fiabilidad compuesta, todos muestran valores arriba de .7 por lo que puede concluirse una satisfactoria consistencia interna de los datos, tomando en cuenta que al tratarse de la fiabilidad, como característica de reproducir los resultados en varias ocasiones con el mismo instrumento se garantiza la estabilidad de la medición.(Nunally, 1978).

El alfa de Cronbach en este caso en que se miden más de un constructo no resulta adecuada por no tomar en cuenta la influencia que los otros constructos puedan ejercer sobre el medido (Dunn, Baquley & Brunnsden, 2014) y entonces puede ofrecer un estadístico sesgado, por lo que el índice de fiabilidad compuesta (Fornell & Larcker, 1981), propone una solución a este problema, ya que este toma en cuenta las interrelaciones de los constructos extraídos.

Para mostrar el modelo estructural y representar las hipótesis y valores factoriales obtenidos, a continuación, se muestra el modelo gráfico de las hipótesis que se desarrollan en este estudio:

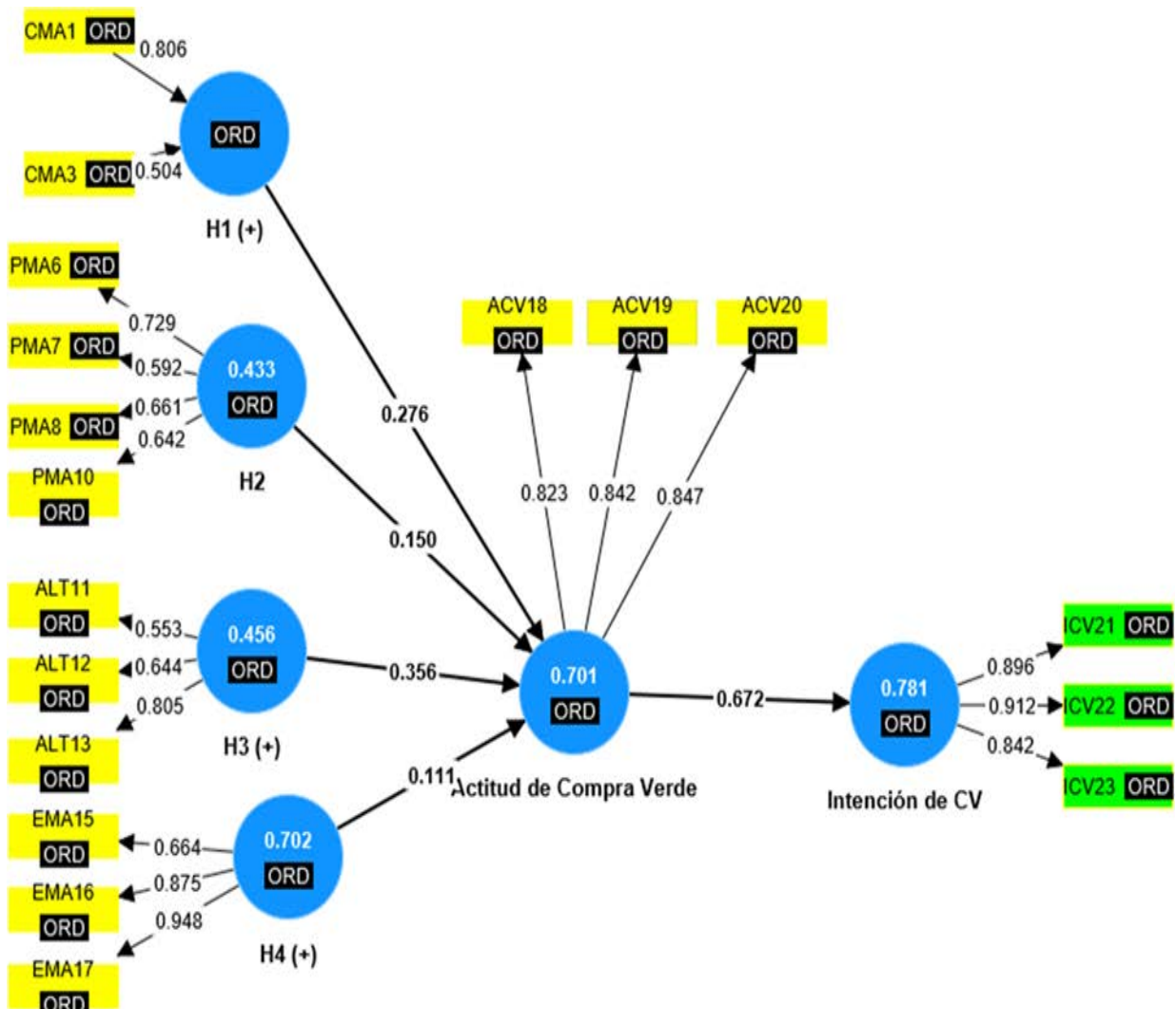


Figura 1 Modelo Estructural de las hipótesis de estudio

Obtenidos de SmartPLS4

La validez convergente y discriminante (tabla 4 y 5 respectivamente) debe demostrarse en la investigación, esto le dará una mayor confianza al resultado, en el caso de la validez convergente se trata de demostrar que aquellos constructos que deben estar relacionados lo estén; y la validez discriminante en cambio, la prueba consiste en demostrar que los constructos que no deben tener relación, en realidad no la tengan. En este caso, la validez discriminante se aprueba, ya que, al comparar el constructo respectivo con otros de la misma prueba, en ningún caso se

tuvo menor a la correlación del otro con el que se compara, por lo cual, se aprueba la validez discriminante.

En cuanto a la validez convergente, el valor no debe ser inferior a 0.5, y dos constructos no cumplen con este supuesto, (H2 y H3), lo que significa que se encuentran muy correlacionados, se trata de la **variable preocupación** y altruismo medioambiental, por tal motivo debe considerarse en el resultado este índice de validez.

El modelo estructural se inicia con el análisis de colinealidad, misma que de acuerdo con la tabla 6 se aprecia que tal prueba es superada, al tener todos los constructos un valor menor a 5.

Y para valorar el resultado del proyecto se parte del coeficiente path, en el análisis de las hipótesis planteadas para este estudio, una vez realizado el proceso de Modelo de medida y Modelo estructural, las hipótesis planteadas para este estudio fueron las siguientes:

H1: El conocimiento del medio ambiente en el ámbito ecológico, es una influencia positiva en la actitud de compra verde

H2: La preocupación medioambiental, despierta una influencia positiva en la actitud de compra verde

H3: El altruismo medioambiental, genera una influencia positiva en la actitud de compra verde

H4. El escepticismo medioambiental, crea una influencia positiva en la actitud de compra verde

H5: la actitud de compra verde influencia la intención de compra verde

La hipótesis H2>H5 presenta coeficiente negativo: -0.814; y la hipótesis H4>H5 un valor menor a 2, en este caso, 0.143. (tabla 8)

El coeficiente path indica que las variables causales de la actitud de compra son el conocimiento (H1>H5) y el altruismo medioambiental (H3>H5), las cuales han resultados significativas en la prueba path, (0.929, 1.051) dejando la hipótesis relacionada con la preocupación y el escepticismo medioambiental por su bajo valor de predicción.

Es importante mencionar que el altruismo medioambiental (H3) se encontraba muy relacionada con la variable preocupación medioambiental (H2) y esta, ha sido descartada por su bajo coeficiente path, por tal motivo, esta variable (H3) no se ve afectada en este resultado, quedando como una variable significativa en la actitud de la compra verde.

Respecto a la hipótesis H5 donde se establece la actitud de compra como significativa en la intención de compra, también ha resultado predictora de la compra verde, por lo cual se afirma que la actitud de compra verde si representan una influencia significativa en su intención de compra, ya que su coeficiente path de 0.811 es $> a 0.2$,

Es comprobable la preocupación de los investigadores sobre los temas ecológicos, sin embargo, dada la diversidad de variables con los que se relaciona, aun hay temas donde se debe profundizar, además de que se depende mucho de la calidad del encuestado, por ejemplo, una limitación a las investigaciones empíricas es que dependen de las respuestas aleatorias de los encuestados, pero es importante constatar en las investigaciones otra forma de confirmación, como la observación de la compra de productos ecológicos, cuya evidencia puede ser de mayor relevancia para la investigación.

REFERENCIAS

- Bucio-Gutiérrez, Daniel; Jiménez-Almaguer, Karla Paola; Azuela-Flores, José Ignacio. Intención de compra verde. Investigación Administrativa, vol. 49, núm. 125, 2020. Instituto Politécnico Nacional, México. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456061607007>
- Campbell, D. T. & Fiske, D. W. (1959). Convergent and discriminant validation by the multitrait-multimethod matrix. *Psicológica Bulletin*, 56, 81-105.
- Dunlap, R. E., Van Liere, K. D., Mertig, A. G., & Jones, R. E. (2000). New Trends in Measuring Environmental Attitudes: Measuring Endorsement of the New Ecological Paradigm: A Revised NEP Scale. *Journal of Social Issues*, 56(3), 425–442. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00176>
- Dunn, T. J.; Baguley, T. and Brunsden, V. (2014). From alpha to omega: A practical solution to the pervasive problem of internal consistency estimation. *British Journal of Psychology*, 105, 399–412.
- Ellen, P. S., Eroglu, D., & Webb, D. (1997). Consumer Judgments in a Changing Information Environment: How Consumers Respond to 'Green Marketing Claims. Working Paper, Georgia State University. Retrieved from https://scholar.google.com.mx/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Consumer+Judgments+in+a+Changing+Information+Environment%3A+How+Consumers+Respond+to+'Green+Marketing+Claims&btnG=
- Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 27, 39-50.
- Greendex 2014: Consumer Choice and the Environment – A Worldwide Tracking Survey - Full Report. (2014, septiembre 26). GlobeScan | Know your world. Lead the future. <https://globescan.com/2014/09/26/greendex-2014-consumer-choice-and-the-environment-a-worldwide-tracking-survey-full-report/>

- Hair, J.F. Jr., Anderson, R.E., Tatham, R.L. & Black, W.C. (1999). Análisis multivariante (5ª. Ed.) New York, Prentice Hall.
- Kline, P. (2015). A handbook of test construction (psychology revivals). Introduction to psychometric design. London: Routledge. doi: 10.4324/9781315695990
- Li, L.-Y. (1997). Effect of Collectivist Orientation and Ecological Attitude on Actual Environmental Commitment. *Journal of International Consumer Marketing*, 9(4), 31-53. https://doi.org/10.1300/J046v09n04_03
- Llamas M. A.A. (2016) Consumo verde y actitudes ecológicas. *Revista Iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa* ISSN 2007 – 8412. <https://www.pag.org.mx/index.php/PAG/article/view/611>
- Mundial, (2000). Los Diez Principios – Pacto Mundial México. <https://www.pactomundial.org.mx/diez-principios-del-pacto-mundial/>
- Mohr, L. A., Eroglu, D., & Ellen, P. S. (1998). The development and testing of a measure of skepticism toward environmental claims in marketers' communications. *Journal of Consumer Affairs*, 32(1), 30–55. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.1998.tb00399>.
- Nunnally, J.C. & Bernstein, I.H. (1994). *Psychometric Theory*. 3ª edición. Nueva York: McGraw Hill.
- Trujillo. A.L., Vera J.M. (2011) El consumo verde en México: Conocimiento, actitud y comportamiento. Congreso Internacional de Contaduría e Informática. <https://investigación.fca.unam.mx>
- Stern, P. C., Dietz, T., & Kalof, L. (1993). Value Orientations, Gender, and Environmental Concern. *Environment and Behavior*, 25(5), 322–348. <https://doi.org/10.1177/0013916593255002>

United Nations. (1972). Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano, Estocolmo 1972 | Naciones Unidas. United Nations. <https://www.un.org/es/conferences/environment/stockholm1972>

Werst, C.E., Linn, R.L., & Joreskog, K.G. (1974) Quantifying inmeasured variables, En H, Jr. Blalock (Ed) Measurement in the Social Sciences: Theories and Strategies (270-292), Chicago Aliden Publishing Company.

LA GARANTIA DEL VOTO CIUDADANO EN EL PROCESO ELECTORAL 2020-2021, CON SUS COSTOS ECONOMICOS, TECNOLÓGICOS Y HUMANOS

CASO PRÁCTICO, ESTADO DE QUINTANA ROO

NELI ILEANA GÓMEZ MARTÍNEZ¹

RESUMEN

El abstencionismo que se presenta de manera alarmante entre la ciudadanía del Estado de Quintana Roo, ha venido creciendo con el paso de los años, la apatía y falta de credibilidad generada principalmente por el descontento social hacia los representantes políticos, quienes no han demostrado con acciones constantes y verdaderas el cumplimiento de las necesidades mínimas a las que los ciudadanos tienen derecho, ha impactado de manera negativa la participación del votante en los módulos de casilla durante cada proceso electoral, generando con ello una muy baja participación ciudadana. Uno de los problemas es el desconocimiento de la ciudadanía de los meses de arduo trabajo que implica desde los trabajos de instalación adecuada con equipos de oficina y personal suficiente para realizar las actividades inherentes de cada uno de los consejos distritales o municipales correspondiente a la elección que en su momento se lleve a cabo, los cuales se convertirán en el más importante vínculo con el Instituto Electoral de Quintana Roo, a quien también se le denomina órgano central de dirección, por ser aquel que dirige y vigila el funcionamiento adecuado de cada uno de los órganos desconcentrados o bien señalados consejos municipales o distritales, que son habilitados en todo el Estado de Quintana Roo. No menos importante es el proceso de selección de los consejeros municipales y distritales que llevarán la responsabilidad de vigilar y trabajar en coordinación con el órgano central de dirección, este y otro sin número de actividades que señalaremos en la siguiente investigación, nos permitirá reflexionar respecto al elevado costo que debe erogarse con el fin de que cada

¹ Quintana Roo, México. nelian10@hotmail.com

ciudadano registrado en el padrón electoral del Estado de Quintana Roo cuente con la boleta y con todo el material electoral y humano necesario que permita ejercer libremente su derecho democrático a la selección del candidato en turno.

Es por ello que se plantea la necesidad de llevar a cabo las estrategias necesarias para dar a conocer de manera general los costos necesarios durante el proceso electoral y tratar de generar una verdadera reflexión popular con miras de alcanzar un cambio en la manera en que se perciben los trabajos que lleva a cabo el Instituto Electoral de Quintana Roo.

Palabras clave: voto, abstinencia, costos, procesos electorales.

ABSTRACT

The abstentionism that occurs alarmingly among the citizens of the State of Quintana Roo, has been growing over the years, the apathy and lack of credibility generated mainly by social discontent towards political representatives, who have not shown with actions constant and true compliance with the minimum needs to which citizens are entitled, has had a negative impact on voter participation in the polling stations during each electoral process, thus generating a very low citizen participation. One of the problems is the ignorance of the citizens of the months of hard work that implies from the works of adequate installation with office equipment and sufficient personnel to carry out the inherent activities of each one of the district or municipal councils corresponding to the election that when it is carried out, which will become the most important link with the Electoral Institute of Quintana Roo, which is also called the central management body, as it is the one that directs and monitors the proper functioning of each of the decentralized bodies or designated municipal or district councils. No less important is the process of selecting the municipal and district councilors who will be responsible for monitoring and working in coordination with the central management body, this and another without a number of activities that we will point out in the following investigation, will allow us to reflect on the high cost that must be spent so that each citizen registered in the electoral roll of the State of Quintana Roo has the ballot and all the necessary electoral and human material

that allows them to freely exercise their democratic right to select the candidate in turn.

That is why the need arises to carry out the necessary strategies to publicize in a general way the necessary costs during the electoral process and try to generate a true popular reflection with a view to achieving a change in the way in which they are perceived. the work carried out by the Electoral Institute of Quintana Roo.

Keywords: Abstinence, Vote, electoral process, costs

INTRODUCCIÓN

En México es posible elegir a nuestros representantes políticos a través del voto libre y secreto, es decir somos un país con un régimen democrático. Ha sido un largo camino para lograr la consolidación de la democracia en nuestro país, sobre todo en las transformaciones encaminadas a lograr que las instituciones fueran capaces de organizar elecciones libres y justas, buscando generar confianza entre la ciudadanía. De la mano de las diversas reformas que han beneficiado la democracia; se encuentra la creación en su momento del Instituto Federal Electoral, seguido de las modificaciones de una importante reforma política en el 2014, misma que fue un parteaguas importante de la transición del Instituto Federal Electoral (IFE) al Instituto Nacional Electoral (INE) como un organismo autónomo y como máxima autoridad electoral del estado mexicano. A la par de la creación del INE, fue necesario la creación de los hoy denominados Organismos Públicos Locales Electorales (OPLES), quienes tienen a su cargo la organización de las elecciones estatales.

El Instituto Electoral de Quintana Roo es el órgano responsable de las elecciones en el estado de Quintana Roo y es quien en coordinación y coadyuvancia con el Instituto Nacional Electoral encaminan eficientemente los procesos electorales en el Estado. Por lo tanto, es quien administra todos los recursos necesarios para que, pueda llevarse a cabo tan importante encomienda.

Es innegable el trabajo que el Instituto Electoral de Quintana Roo realiza para poder llevar a cabo la difusión de la cultura cívica, política, electoral y democrática a través de su revista “Democracia en letras”, así como las diversas actividades que se

realizan para la difusión de los trabajos realizados en el Instituto, sin embargo, es necesario implementar metodologías para conocer los motivos que generan el ausentismo el día de las elecciones.

La investigación abordara las razones por las cuales los ciudadanos no asisten a sus casillas a votar el día de la jornada electoral en el Estado de Quintana Roo.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad en México existen diversos problemas de diversos indoles, uno de ellos es la pérdida de credibilidad en el sistema político electoral. En el Estado de Quintana Roo se ha venido observando en las últimas elecciones, un preocupante abstencionismo por parte de los ciudadanos, sin embargo, es una situación que no está siendo analizado por la sociedad, existe desconocimiento de los altos costos logísticos, financieros y humanos que son necesarios para llevar a cabo el denominado proceso electoral estatal, dicho proceso permite garantizar el sufragio efectivo y puntual de cada uno de los ciudadanos registrados en el padrón electoral del Estado.

A partir de esta situación, es posible observar que la ciudadanía no tiene el interés de votar, se muestra apático y desconfiado de las instituciones electorales y las representaciones políticas en el estado, esto es derivado principalmente por las malas actuaciones de las representaciones políticas que en ese momento gobiernan, sin embargo es importante dar a conocer a la ciudadanía que los trabajos realizados por el órgano electoral es autónomo y eficiente a cualquier posición política, actuando de manera imparcial en los comicios electorales.

El Instituto Electoral de Quintana Roo es el organismo público responsable de la preparación, organización, desarrollo y vigilancia de los procesos para las elecciones de Gobernador, Diputados a la Legislatura del Estado y Ayuntamientos. El Instituto Nacional Electoral (INE) y los Organismos Públicos Locales Electorales (OPLES), tienen las atribuciones para organizar conjuntamente los procesos electorales en las treinta y dos entidades federativas de México, para elegir a autoridades locales como gubernaturas, congresos locales y ayuntamientos.

El desinterés en los asuntos políticos tiene sus cimientos principalmente en el desconocimiento ciudadano de los diversos procesos que engloban el funcionamiento de un partido político y como estos a su vez, forman parte de la integración del Consejo General del Instituto Electoral de Quintana Roo, teniendo presencia en cada uno de los trabajos realizados para encaminar lo procesos electorales de manera adecuada y clara.

JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se enfocará en el estudio de las razones por las cuales la ciudadanía en el Estado de Quintana Roo no asiste a votar en las jornadas electorales, ya que es notorio y preocupante el abstencionismo que prevalece y que fuera evidente durante el último proceso electoral 2021-2022 en el Estado.

Es por ello la importancia de realizar el siguiente trabajo de investigación que nos permita a través de los instrumentos adecuados, recabar la información necesaria para conocer los motivos por las que hay apatía respecto a presentarse a votar el día de las elecciones y a su vez conocer el impacto que tendría entre la ciudadanía, que les demos a conocer los costos económicos, tecnológicos y humanos que son necesarios para que la jornada electoral pueda llevarse a cabo garantizando con ello que el día de la jornada electoral al presentarse en la casilla electoral que les corresponde tengan la certeza que su nombre se encuentra en la lista nominal y que cuenta con su boleta para poder ejercer su derecho a votar.

Encontrar y analizar las razones por las cuales existe en la ciudadanía una falta de identidad y de pertenencia social es sumamente importante, entender que la democracia es la manera de tomar las decisiones en una comunidad que permiten regular la convivencia social. A pesar de su importancia las personas perciben a la democracia como algo lejano, La democracia supone principios y valores. Este término tiene su origen en dos palabras del griego: “demos”, pueblo, y “Kratos”, gobierno. Podríamos traducirlo entonces como “el gobierno del pueblo”.

Esto quiere decir que, todas las personas pueden participar en la toma de decisiones para generar el bien común, cuando las personas participan en las decisiones es posible construir una sociedad en la que cada persona es libre de

manifestarse, de organizarse con otra persona y manifestarse sin temor, de elegir en libertad sus deseos y preferencias sin que ello suponga necesariamente un delito esa es la maravilla de la democracia, que tanto no ha costado construir y por la que es necesario y urgente concientizar al ciudadano, a través del conocimiento de todo el trabajo y dinero que implica la organización de un proceso electoral que garantice el voto.

OBJETIVO GENERAL

Analizar los costos económicos tecnológicos y humanos que son requeridos para llevar a cabo el proceso electoral 2020-2021, mismos que permiten garantizar el voto ciudadano en el Estado de Quintana Roo.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Contar con los elementos necesarios para la difusión de las actividades previas y posteriores a la jornada electoral, así como de los costos financieros y humanos que garantizan el voto de los ciudadanos.

HIPÓTESIS

Si se analiza los costos económicos tecnológicos y humanos del proceso electoral de quintana roo 2020-2021, entonces se podrá generar en el ciudadano la reflexión respecto a la importancia del voto.

VARIABLE DEPENDIENTE

Voto

Manifestación de la opinión, del parecer o de la voluntad de cada una de las personas consultadas para aprobar o rechazar una medida o, en unas elecciones, para elegir a una persona o partido.

Abstención

Renuncia a hacer algo, especialmente a emitir el voto en una votación.

Proceso electoral

Conjunto de actos concatenados y regulados por la legislación en materia de elecciones que, con intervención decisiva de los ciudadanos con derecho a voto, son realizados por órganos de la Administración especial en materia de sufragio (juntas, mesas), con objeto de que las consultas populares, los referendos y las elecciones de representantes de los ciudadanos en cualquier ámbito se realicen ordenadamente, en el marco constitucional y con todas las garantías democráticas exigidas por la legislación aplicable, desde la convocatoria hasta la resolución de las reclamaciones contra las actas de proclamación de los resultados.

Presupuesto

hace referencia a la cantidad de dinero que se necesita para hacer frente a cierto número de gastos necesarios para acometer un proyecto. De tal manera, se puede definir como una cifra anticipada que estima el coste que va a suponer la realización de dicho objetivo.

VARIABLE INDEPENDIENTE

Analizar

Distinción y separación de las partes de un todo hasta llegar a conocer sus principios o elementos.

Garantizar

Dar garantía o seguridad de que determinada cosa va a suceder o realizarse.

Derecho

Conjunto de facultades reconocidas a los individuos por la ley, para realizar determinados actos en satisfacción de sus propios intereses

Obligación

Exigencia establecida por la moral, la ley o la autoridad.

ENFOQUE METODOLÓGICO

Dado que el objetivo del estudio es conocer los motivos que generan que los ciudadanos no asistan a votar en las jornadas electorales y medir el impacto que tendría en ellos el conocer los costos económicos, tecnológico y humanos que

garantizan su boleta en las casillas electorales, considerando que el tema de investigación tiene un sustento teórico suficiente se procedió a realizar un instrumento de observación de tipo cualitativo a través, para conocer a detalle el fenómeno de la abstinencia al voto.

Los datos obtenidos nos permitirán conocer las principales razones de la falta de interés por parte de la ciudadanía para ejercer su derecho al voto, conociendo los problemas que los motivan a no asistir a votar, mismos resultados que serán arrojados por el instrumento de observación que se llevarán a cabo en el Municipio de Othón siendo este un mecanismo de ayuda para crear una mayor participación ciudadana en el Estado.

MARCO REFERENCIAL

ANTECEDENTES

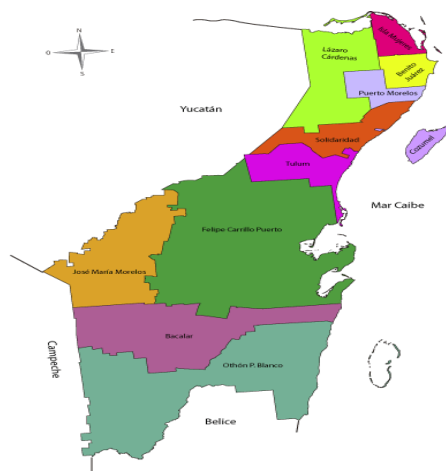
La investigación se lleva a cabo en el municipio de Othón P, Blanco, en la capital del estado de Quintana Roo, en maya: U Péetlu'umil Quintana Roo (nombre oficial a nivel federal por parte del INALI), El nombre del estado proviene de Andrés Quintana Roo (1787–1851), político, escritor, poeta y periodista nacido en Mérida, Yucatán. Fue diputado y firmante del Acta de Independencia de México. Fue esposo de Leona Vicario.

“Quintana Roo es uno de los treinta y un estados que, junto con la Ciudad de México, conforman México. Su capital es Chetumal y su ciudad más poblada es Cancún. Está ubicado en la península de Yucatán, región sureste del país, limitando al norte con Yucatán y el golfo de México (océano Atlántico), al este con el mar Caribe (océano Atlántico), al sur con Belice y al oeste con Campeche”. (wikipedia la enciclopedia libre, 2022)

El estado de Quintana Roo es uno de los estados más jóvenes del país, se promulgo libre y soberano el 08 de octubre de 1974. Está dividido en 11 municipios tal como se señala en la siguiente tabla: (inegi , 2020).

Clave del municipio ♦	Municipio ♦	Población total 2020 ♦
001	Cozumel	88,626
002	Felipe Carrillo Puerto	83,990
003	Isla Mujeres	22,686
004	Othón P. Blanco	233,648
005	Benito Juárez	911,503
006	José María Morelos	39,165
007	Lázaro Cárdenas	29,171
008	Solidaridad	333,800
009	Tulum	46,721
010	Bacalar	41,754
011	Puerto Morelos	26,921

FUENTE: INEGI. Censo de Población y Vivienda 2020.



FUENTE: INEGI. Marco Geoestadístico, 2020.

Nota: Los límites estatales fueron compilados del Marco Geoestadístico del INEGI, el cual consiste en la delimitación del territorio nacional en unidades de área codificadas con el objeto de referenciar la información estadística de censos y encuestas. Los límites no necesariamente coinciden con los político-administrativo

En Quintana Roo, los veranos son cortos, tórridos y parcialmente nublados; los inviernos son calurosos y mayormente despejados y está bochornoso durante todo el año. Durante el transcurso del año, la temperatura generalmente varía de 17 °C a 37 °C y rara vez baja a menos de 12 °C o sube a más de 40 °C. (wikipedia la enciclopedia libre, 2022).

MARCO CONCEPTUAL

EL VOTO ELECTORAL

“El voto se le define como medio para expresar una opinión o preferencia. Es, para todo efecto práctico, el resultado de la acción de participar en un proceso de toma de decisiones y/o de selección de representantes y gobernantes”. (Medina)

En otras palabras, la expresión de las preferencias de los ciudadanos en las decisiones políticas es un derecho manifestado a través del voto.

“El voto es una forma de expresión de la voluntad de las personas que sirve para tomar una decisión colectiva. Votar es el acto por el cual un individuo manifiesta que prefiere cierta opción, fórmula o persona frente a otras”. (Espíndola, 2016)

La expresión de la voluntad de las personas es fundamental en una decisión colectiva ya que manifiesta las diversas opiniones entre ellas y garantiza la participación en la toma de decisiones de la comunidad a la que cada uno pertenece.

Por otro lado, el voto es un elemento clave que manifiesta la voluntad ciudadana para elegir a sus gobernantes. (Llamas, 2019).

La manifestación de la voluntad en las decisiones es garantizada a través del voto. La Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) sostuvo lo siguiente al emitir el criterio de jurisprudencia 27/2002:

“el derecho a votar y ser votado, es una misma institución, pilar fundamental de la democracia, que no deben verse como derechos aislados, distintos el uno del otro, pues, una vez celebradas las elecciones los aspectos activo y pasivo convergen en el candidato electo, formando una unidad encaminada a la integración legítima de los poderes públicos, y por lo tanto susceptibles de tutela jurídica, a través del juicio para la protección de los derechos político-electorales del ciudadano, pues su

afectación no sólo se resiente en el derecho a ser votado en la persona del candidato, sino en el derecho a votar de los ciudadanos que lo eligieron como representante y ello también incluye el derecho de ocupar el cargo”.

(Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, 2003)

Como se observa, la protección de los derechos político electorales de los ciudadanos es un pilar fundamental de la democracia, puesto que con ello se garantiza los derechos plasmados en la Constitución.

“Uno de los componentes esenciales de este modelo hegemónico es el voto. En la actualidad, desconocer o negar su importancia para el mejor funcionamiento de una democracia, sería una posición insostenible. Dar la posibilidad a los ciudadanos de que elijan pacíficamente entre distintas alternativas políticas es, sin duda, un signo de madurez política, de fortaleza institucional y legal”. (Ruiz R. T., 2016)

Es imposible negar la importancia del voto como el principal instrumento de funcionalidad de la democracia, ya que con este se garantiza poder elegir entre las diversas alternativas disponibles, aquella en la cual el ciudadano se identifique.

LA ABSTENCION DEL VOTO

Es la falta de participación en el acto de votar de quienes tiene derecho a ello, puede considerarse un indicador de la apatía participativa del ciudadano.

“Esta conducta ciudadana, la cual consiste en no votar, es frecuentemente descalificada, criticada e incluso objeto de medidas correctivas. A pesar de la imposición gradual del voto universal, de la libre participación de los ciudadanos y de la transparencia de los procesos electorales, es posible afirmar que el avance de los sistemas democráticos no es proporcional al grado de participación el día de los comicios (Nohlen, 2004) (Bruno, 2005)”.

El avance de los sistemas democráticos no garantiza un cambio en la conducta ciudadana ya que no es proporcional a la participación el día de los comicios.

“El abstencionismo electoral es uno de los flagelos más importantes de las democracias consolidadas alrededor del mundo; sus causas son multifactoriales, y van desde la simple apatía, hasta un acto consciente de rechazo a los sistemas

electorales y de partidos. Algunos países lo han tratado de resolver de manera muy positiva a través de la modalidad del “voto obligatorio”. (Garza, 2010)

Las causas del abstencionismo electoral son originadas por diversos factores que van desde la apatía hasta el rechazo al sistema político, el voto obligatorio se platea como una solución positiva.

“El hecho abstencionista hace referencia a la no participación en algo a lo que se tiene derecho, por lo que dicho concepto ha pasado a calificar -casi en exclusiva- al comportamiento político de aquellos ciudadanos que optan por no expresar su parecer en las convocatorias electorales sobre las que se fundan la mayoría de los sistemas políticos contemporáneos”. (Vilamala, s.f.)

En otras palabras, la falta de participación de los ciudadanos en las convocatorias electorales al cual se tiene derecho, ocasiona el abstencionismo el cual repercute en los sistemas políticos actuales.

“Una de las características más notables de los sistemas democráticos es la participación de los ciudadanos en la elección de sus representantes. Este proceso constituye un elemento esencial de las democracias, ya que representa el medio más común de participación política, además legitima y fortalece el sistema político” (Soto y Cortez, 2014, pág., 324).

El elemento esencial de la democracia es la libre elección de sus representantes mediante la participación política de todos los ciudadanos.

PRESUPUESTO

Parte integral de la política económica de un país es contar con un presupuesto equilibrado entre sus ingresos y sus egresos.

Con el paso de los años la planeación económica en nuestro país a sufrido diversos cambios, con la mira de hacer más eficiente el manejo de los recursos y la evaluación del desempeño del sector público.

“El presupuesto es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que deben cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas. Es la herramienta

que utilizan las instituciones como instrumento de desarrollo anual para formular sus planes y programas”. (Plaza Alejandro Federico, 2012).

El cumplimiento de las metas previstas anualmente en las condiciones adecuadas convierte al presupuesto en la herramienta eficaz e indispensable para el adecuado desarrollo financiero de las instituciones.

“Artículo 15.- El Presupuesto de Egresos de la Federación será el que contenga el decreto que apruebe la Cámara de Diputados, a iniciativa del Ejecutivo, para expensar, durante el período de un año a partir del 1o. de enero, las actividades, las obras y los servicios públicos previstos en los programas a cargo de las entidades que en el propio presupuesto se señalen”. (Ley de Presupuesto, Contabilidad y Gasto Publico Federal, 2006).

La cámara de Diputados es la responsable de la discusión y aprobación anual del Presupuesto de Egresos en donde se concentran las partidas necesarias para atender las diversas necesidades de los estados y de ese modo puedan cumplir con los objetivos previamente planteados cada año, este a su vez sirve como un instrumento de medición económica en el país. Tomando en cuenta que el presupuesto anual proviene de la recaudación de los impuestos de los ciudadanos, por lo tanto, su uso debe ser responsable y fiscalizado.

“El presupuesto es un instrumento del gobierno para promover la rendición de cuentas y la eficacia, y no solamente un vehículo para la asignación de recursos y el control de gastos. Por tanto, en la actualidad ha cobrado fuerza su significado como piedra angular de un buen gobierno” (Lara, 2015).

La rendición de cuentas del presupuesto asignado anualmente, es en la actualidad parte indispensable del control de gastos que permite efficientar y garantizar que el recurso entregado sea utilizado adecuadamente.

EL PROCESO ELECTORAL

“El proceso electoral es el conjunto de actos ordenados por la Constitución y la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, realizados por las autoridades electorales, los partidos políticos, así como los ciudadanos, que tiene por objeto la renovación periódica de los integrantes de los Poderes Legislativo y Ejecutivo tanto federal como de las entidades federativas, y los integrantes de los ayuntamientos”. (Centro de Capacitación Judicial Electoral, 2018)

“José Woldenberg y Ricardo Becerra definen al proceso electoral como “[...] la condición y la expresión práctica de la democracia. En el proceso electoral se manifiestan las preferencias de los ciudadanos de una determinada comunidad política; está constituido por una serie de etapas en las cuales tiene lugar, característicamente, la designación de los titulares del gobierno y del Poder Legislativo. [...] En él se manifiestan las opciones, las ideas y la fuerza de los actores (partidos y agrupaciones) que aspiran al gobierno o a los cargos legislativos, pero también y sobre todo en el proceso electoral cristaliza la participación y la decisión de los ciudadanos en torno a quienes deben ser sus gobernantes y legisladores.” (2004, 597) (Centro de Capacitación Judicial Electoral, 2011).

La expresión de la voluntad de los ciudadanos se ve reflejada a través del voto en las elecciones, mediante las cuales se eligen a los representantes que aspiran a un cargo político, esto permite garantizar un cambio periódico y pacífico de gobierno, constituyendo la base de la democracia. A esta serie de etapas se le denomina proceso electoral que no es más que el conjunto de actos que tiene como propósito la renovación periódica de los cargos políticos y que son realizados a nivel federal por el Instituto Nacional Electoral (INE) y a nivel estatal por los Organismos Públicos Locales Electorales (OPLES).

El Organismo Público Local Electoral responsable de la organización de los procesos electorales en el Estado es, el Instituto Electoral de Quintana Roo. El proceso electoral local inicia en la primera semana de octubre del año anterior al de la elección y termina con el dictamen y declaración de validez.

EL PROCESO ELECTORAL EN EL ESTADO DE QUINTANA ROO

La autoridad electoral en el Estado de Quintana Roo, responsable de la organización de los procesos electorales para la elección de los ayuntamientos, diputaciones y gubernatura en su caso, así como la instrumentación de las formas de participación ciudadana que señale la Ley, es el Instituto Electoral de Quintana Roo (IEQROO) en coordinación con el Instituto Nacional Electoral (INE).

El 17 de julio de 2002 se publicó en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Quintana Roo, la reforma constitucional aprobada por la Honorable X Legislatura del Estado de Quintana Roo, mediante la cual se crea el Instituto Electoral de Quintana Roo.

“El Instituto Electoral de Quintana Roo (IEQROO), tiene a su cargo en forma integral y directa, además de las que determine la Ley, las actividades relativas a la capacitación y educación cívica, geografía electoral, derechos, prerrogativas, impresión de material y documentación electorales, preparación de la jornada electoral, cómputos, la calificación de las elecciones y entrega de las constancias de mayoría o asignación respectivas en los términos que señale la Ley”, (Wikipedia La enciclopedia libre, 2022)

La responsabilidad de la organización y vigilancia de las elecciones en el Estado de Quintana Roo, recae en el IEQROO quien, en coordinación con el INE, son los responsables de todas las actividades inherentes a el proceso electoral.

El 07 de enero del 2022 se llevó a cabo la declaratoria del inicio del proceso Electoral en el Estado de Quintana Roo, mediante la aprobación del acta solemne de inicio del proceso electoral, sin embargo, las actividades inician en el mes de octubre del año anterior.

El 16 de marzo del 2022, el Congreso del Estado de Quintana Roo, aprobó el “Dictamen con minuta de decreto por el que se da cumplimiento a la Resolución dictada por el Tribunal Electoral de Quintana Roo en el juicio electoral JE/001/2022, promovido por el Instituto Electoral de Quintana Roo en contra del Decreto 190 expedido por esta H. XVI Legislatura del Estado de Quintana Roo por la que se aprueba el presupuesto de egresos del Gobierno del Estado de Quintana Roo, para el ejercicio fiscal 2022”. (H. XVI Legislatura del Estado de Quintana Roo , 2022).

El 07 de enero del 2022, se aprobó el acta de la sesión solemne del Consejo General del IEQROO, mediante el cual se dio inicio al Proceso Electoral 2021-2022, dando inicio a una serie de trabajo de las diversas áreas que conforman este instituto. (Consejo General del IEQROO, 2021).

El domingo 05 de junio del 2022 se llevó a cabo la jornada electoral, mediante el cual se eligió Gobernador del Estado y 25 Diputaciones locales, según datos emitidos por el Instituto Electoral de Quintana Roo en su publicación llamada Estadística Electoral y de Participación Ciudadana 2022 nos refiere que se licitó la impresión de 3,200,000 boletas que garantizaron la votación de los ciudadanos registrados en el padrón electoral del Estado. “El número de personas registradas en la Lista Nominal fue de 1,335,173 electores, la participación ciudadana en la modalidad de Diputados fue del 40.94 por ciento y en la modalidad de Gubernatura 40.68 por ciento”. (Instituto Electoral de Quintana Roo, 2022)

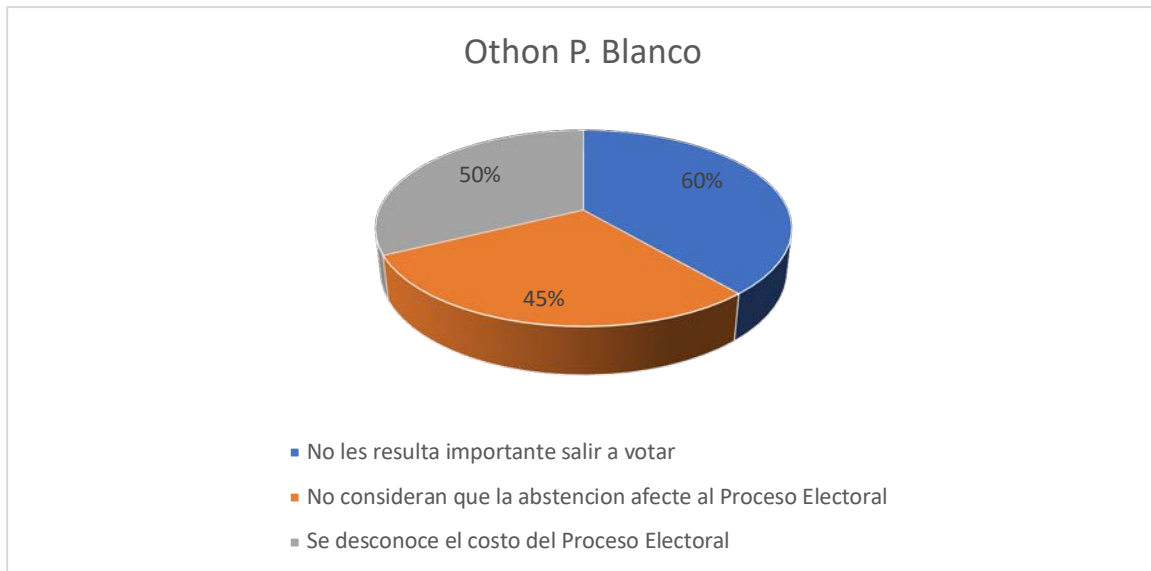
INSTRUMENTO DE OBSERVACIÓN APLICADO A LOS CIUDADANOS Y CIUDADANAS DEL MUNICIPIO DE OTHON P. BLANCO DE LA CAPITAL DEL ESTADO DE QUINTANA ROO, CON FINES ACADEMICOS DE LA ESTUDIANTE DE POSGRADO NELI ILEANA GÓMEZ MARTNEZ DE LA MAESTRIA EN INGENIERIA ADMINISTRATIVA.

INSTRUCCIÓN: MARCA UNA X LA RESPUESTA QUE SEGÚN CORRESPONDA.

INDICADOR	PREGUNTA	SI	NO	POCO	MUCHO
EL VOTO ELECTORAL					
1	¿CONSIDERA USTED ASISTIR A VOTAR CUANDO SE LE REQUIERE?			X	
2	¿SIENTE USTED CONFIANZA EN LAS AUTORIDADES ELECTORALES PARA PROTEGER SU VOTO?		X		
3	¿CONSIDERA USTED QUE VOTAR MARCA UNA DIFERENCIA EN LA SITUACION ECONOMICA DEL ESTADO DE QUINTANA ROO?			X	
4	¿CONSIDERA QUE LAS CASILLAS PARA VOTAR SE ENCUENTRAN BIEN UBICADAS?			X	
5	¿TIENE USTED CONFIANZA EN LA INTEGRACION DE LOS FUNCIONARIOS DE CASILLA?			X	
INDICADOR	PREGUNTA	SI	NO	POCO	MUCHO

INDICADOR	PREGUNTA	SI	NO	POCO	MUCHO
ABSTENCION DEL VOTO					
1	¿PUEDE USTED PERCIBIR SI EXISTE ABSTENCION DEL VOTO EN SU LOCALIDAD?			X	
2	¿CREE USTED QUE EXISTEN MAS DE TRES FACTORES POR LOS CUALES LOS CIUDADANOS NO VOTAN?				X
3	¿PIENSA USTED QUE LA ABSTENCION DEL VOTO AFECTA EL PROCESO ELECTORAL?			X	
4	¿SIENTE USTED QUE EXISTEN MANIPULACIONES POLITICAS PARA QUE LOS CIUDADANOS NO VAYAN A VOTAR?	X			
5	¿EL NO ASISTIR A VOTAR LE RESULTA INDIFERENTE?	X			
INDICADOR	PREGUNTA	SI	NO	POCO	MUCHO
PRESUPUESTO DEL PROCESO ELECTORAL 2021-2022					
1	¿CONOCEN LOS CIUDADANOS LOS COSTOS DE LA BOLETA ELECTORAL?		X		
2	¿SABIA USTED QUE SE INSTALARON 15 CONSEJOS DISTRITALES EN EL ESTADO?			X	
3	¿TIENE USTED UNA IDEA DEL COSTO ECONÓMICO QUE GENERA LA INSTALACION DE 15 CONSEJOS DISTRITALES?			X	
4	¿CONSIDERA USTED QUE SE GASTA MUCHO DINERO EN LAS ELECCIONES?	X			
5	¿SABE USTED QUE EL PROCESO ELECTORAL TIENE UNA IMPORTANCIA VITAL PARA EL RUMBO DE LAS DECISIONES DE LA DEMOCRACIA EN EL ESTADO?		X		

¡GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN!



ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el siguiente análisis se da a conocer los resultados obtenidos en cuanto a la aplicación del instrumento de observación de enfoque cualitativo dirigido a ciudadanos que radican en el municipio de Othón P. Blanco en el Estado de Quintana Roo. Las entrevistas arrojaron los indicadores que hicieron referencia de la manera de pensar de los ciudadanos respecto a no salir a votar, la manera que percibían la abstención del voto en su localidad y el impacto que tiene en su decisión de salir a votar, el sentir respecto al mal desempeño de los partidos políticos, así mismo fue posible observar que la mayoría de los ciudadanos desconoce de los costos de los procesos electorales así como de los trabajos previos y posteriores a la jornada electoral por parte del Órgano Electoral del Estado de Quintana Roo.

CONCLUSIONES

Garantizar el voto de los ciudadanos en los procesos electorales siempre será el principal objetivo de los órganos electorales. Son muchas las causas de la ausencia de los ciudadanos en las urnas durante el reciente proceso electoral 2021-2022, desde el desconocimiento de los trabajos realizados y de los costos aplicados por el OPLE, la escolaridad, el nivel económico, la edad, hasta la decepción y pérdida de credibilidad en el trabajo realizado por los gobiernos en turno, son variables que influyen en el voto de las personas, es por ello que este fenómeno electoral debe

estar en las prioridades del Instituto Electoral de Quintana Roo, como órgano responsable de las elecciones en el Estado, a través de las áreas responsables de la difusión de las actividades del Instituto, comenzando por considerar la designación de presupuesto y personal suficiente para realizar trabajos de difusión, concientización, promoción y educación en materia cívica durante el periodo ordinario, es decir cuando no existan procesos electorales en las localidades que conforman los 11 municipios del Estado, poniendo especial atención en las escuelas preparatorias y Universidades, enfocándose en los jóvenes mediante el uso de las redes sociales que permiten acceder e impactar rápidamente a un gran número de personas.

A manera de conclusión, votar es un derecho, pero también una obligación tal como se señala en nuestra Constitución Política, sería interesante llevar a cabo una investigación de fondo para estudiar que tan factible es la aplicación de la figura del voto obligatorio en nuestro país como medida para combatir el abstencionismo electoral.

REFERENCIAS

Bruno, L. (2005). La participación electoral inconclusa: abstencionismo y votación nula en México. Revista mexicana de sociología.

Centro de Capacitación Judicial Electoral. (2011). Derecho electoral mexicano.

Centro de Capacitacion Judicial Electoral. (2018). Centro de Capacitacion Judicial Electoral. Obtenido de <https://slideplayer.es/slide/14004688/>

Consejo General del IEQROO. (2021). Instituto Electoral de Quintana Roo. Obtenido de https://www.ieqroo.org.mx/2018/descargas/estrados/2022/ene/7/ACTA_CG-SOLEMNE_07ENE22_11_00_HRS.pdf

Espíndola, J. L. (2016). El voto herramienta de la vida democratica. ciudad de Mexico: Talleres graficos de Mexico.

Garza, T. O. (2010). Revista Alegatos de la Universidad Autonoma Metropolitana. Obtenido de <http://alegatos.azc.uam.mx/index.php/ra/article/view/367/356>

H. XVI Legislatura del Estado de Quintana Roo . (2022). congreso. com.mx. Obtenido de http://documentos.congresoqroo.gob.mx/dictámenes/DI-XVI-2022-03-16_846_9.pdf

[https://es.wikipedia.org/wiki/Abstenci%C3%B3n_\(derecho\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Abstenci%C3%B3n_(derecho)). (2020). Abstencion (derecho). Obtenido de Wikipedia, La enciclopedia libre: [https://es.wikipedia.org/wiki/Abstenci%C3%B3n_\(derecho\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Abstenci%C3%B3n_(derecho))

inegi . (2020). inegi. Obtenido de <https://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/qroo/poblacion/>

Instituto Electoral de Quintana Roo. (2022). <https://www.ieqroo.org.mx/2018/Sesiones-ConsejoGeneral.html>. Obtenido de <https://www.ieqroo.org.mx/2018/Sesiones-ConsejoGeneral.html>

Instituto Electoral de Quintana Roo. (2022). Instituto Electoral de Quintana Roo. Obtenido de <https://computos2022.ieqroo.org.mx/escritorio/diputaciones/evd>

Lara, A. A. (2015). El cotidiano. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/325/32539883003.pdf>

Ley de Presupuesto, Contabilidad y Gasto Publico Federal. (2006). http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/abro/LPCGPF_abro.pdf. Obtenido de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/abro/LPCGPF_abro.pdf

Llamas, G. F. (2019). El Voto en México: Derecho y Obligación del Ciudadano, con Sanción. Tlaquepaque, Jalisco.

Medina, I. C. (s.f.). Abstencionismo electoral y voto nulo.

Plaza Alejandro Federico. (2012). https://repo.unlpam.edu.ar/bitstream/handle/unlpam/1367/e_plapre708.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Obtenido de Universidad Nacional de la Pampa: https://repo.unlpam.edu.ar/bitstream/handle/unlpam/1367/e_plapre708.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ruiz, R. T. (2016). El voto en México: ayer y hoy.

Ruiz, R. T. (2016). El voto en México: ayer y hoy.

Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. (2003). Jurisprudencia 27/2002. Revista del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Suplemento 6.

Vilamala, J. M. (s.f.). , Diccionario Crítico de Ciencias Sociales. Obtenido de <https://www.theoria.eu/dictionary/A/abstencionismo.pdf>

wikipedia la enciclopedia libre. (2022). wikipedia la enciclopedia libre. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Quintana_Roo

Wikipedia La enciclopedia libre. (2022). Wikipedia La enciclopedia libre. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Instituto_Electoral_de_Quintana_Roo

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA LA PREVENCIÓN Y CONTROL SANITARIO ANTE EL COVID-19, COMO MEDIDA DE SEGURIDAD AL INTERIOR DE LOS SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN. ESTUDIO DE CASO

ANGELICA DEL CARMEN LÓPEZ TOTO¹

RESUMEN

La finalidad de este estudio es ayudar a concientizar al personal de los consultorios de medicina especializada "JUNO DOCTORS", que se encuentra ubicado en la ciudad de Veracruz, sobre la importancia de realizar un programa de capacitación en el protocolo de control sanitario del COVID-19.

Un programa de capacitación involucra un conjunto de actividades en secuencia para lograr llegar al objetivo deseado. Antes de comenzar el desarrollo del estudio es necesario conocer la actividad económica en la que se encuentra operando el negocio, analizar si se cumplen los reglamentos de control sanitario para el personal como para los pacientes, es por ello que para lograr obtener los datos necesarios se realizó un sondeo de opinión pública a los empleados, conociendo el manejo de los consultorios con los cuales se encuentra operando, así mismo se procedió a brindar información importante del cuidado sanitario dentro de las áreas de trabajo y fomentar el uso correcto de las mismas.

Este programa de capacitación esquematiza la importancia del cuidado personal de los trabajadores como el de los pacientes. Así mismo evitar la propagación del virus a más personas fuera de los consultorios. Esto a su vez ayudo a crear un vínculo de confianza, entre los pacientes y los médicos, aumentando los posibles pacientes en el futuro y ayudando a crecer económicamente.

Palabras claves: Programa, Capacitación, Control sanitario,

¹ Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico Superior de Alvarado.
angelica.lt@alvarado.tecnm.mx

ABSTRACT

The purpose of this project is to help raise awareness among the staff of the specialized medicine offices "JUNO DOCTORS", which is located in the city of Veracruz, the implemented theme is about the importance of carrying out a training plan in the control protocol health of COVID-19.

A training plan involves a set of activities in sequence to achieve the desired objective. Before starting the development of the project, it is necessary to know the economic activity in which the business is operating, analyze if the sanitary control regulations are complied with both for the staff and for the patients, in order to obtain the necessary data, a Public opinion poll of the employees, knowing the management of the offices with which it is operating, proceeded to provide important information on health care within the work areas and promote their correct use.

This training plan promoted the importance of personal care for workers as well as patients. I also prevent the spread of the virus to more people outside the doctor's office. This in turn helped create a bond of trust between patients and doctors, increasing potential patients in the future and helping them grow financially.

INTRODUCCIÓN

La pandemia del COVID-19 y la ola de contagios del SARS-COV-2, han creado estragos en la vida de todo el mundo, protegerse es la prioridad de todos momento. Existen vacunas que han sido creadas para disminuir el riesgo de contagio en la población, por otra parte, el riesgo de contagiarse persiste, es indispensable que las empresas se encuentren acatando las medidas de control sanitario para resguardar la salud del personal interno y externo que engloba su negocio, no importando el sector económico a que se dediquen.

El estudio se enfoca en observar, determinar e incluso tomar medidas que ayuden a mejorar el manejo del protocolo de control sanitario, es importante analizar este punto, ya que actualmente los casos de contagios persisten y hasta la fecha no se ha logrado vacunar a todas las personas o incluso no tienen interés de vacunarse, por tal razón existe aún el riesgo de ser portador del virus e infectar a más personas. Para poder analizar adecuadamente este problema mundial se tomó como modelo

de prueba a los consultorios de medicina especializada JUNO DOCTORS, la cual se dedica al sector económico de servicio privado en la salud pediátrica.

Se recopiló información de parte de los directivos y del personal en general con el fin de conocer el punto de vista de ellos, ya que son los que se encuentran colaborando día a día en los consultorios, con la documentación recopilada se determinó el diagnóstico del programa de capacitación del protocolo de control sanitario que se encontraba utilizando, asimismo se jerarquizaron los problemas que presentaban priorizándolos para trabajar con ellos, se organizó un cronograma de actividades que ayudaría a realizar las actividades planeadas de manera adecuada y controlada, además se tomó como base el apoyo de la tecnología para tener controlado el acceso al servicio, también se analizó el manejo de los departamentos detectando las actividades proactivas que se encuentran realizando como organización y se capacitó de manera adecuada al personal interno y externo, asimismo se mejoró la guía de servicio al cliente, con el propósito de que los empleados conocieran las medidas que deben de ser tomadas para el resguardo de los pacientes. Por último, se evaluó el desempeño de los trabajadores con las correcciones previamente realizadas para obtener los resultados deseados.

METODOLOGÍA

Este estudio se centró en el análisis de un grupo de trabajadores que conforma el equipo de los consultorios médica especializada JUNO DOCTORS y los resultados fueron categorizados de manera general, ya que lo que se determinaron las afectaciones de la pandemia del COVID-19 y las olas de contagios en la población. Se valoró una muestra de 24 empleados entrevistados, de las cuales se integran por 15 especialistas hombres de un aproximado de 23 a 35 años y de 9 especialistas mujeres de un aproximado de 23 a 33 años, los cuales asisten a los consultorios y como población total para dicho estudio. Se aplicó una encuesta como instrumento de evaluación, que contiene variables enfocadas al equipo de protección que es utilizado en los consultorios para la seguridad de los empleados y de los pacientes, al igual de los inconvenientes presentados en este tiempo. Al conocer el manejo del protocolo de sanitización, se diagnosticó que es insuficiente por tal razón es

importante tomar cartas en el asunto y realizar medidas correctivas para obtener mejores resultados. Para comenzar a contrarrestar el mal manejo del protocolo, se formuló una campaña de concientización y responsabilidad social, se creó una imagen corporativa con la que determinaría la campaña informativa, para tener un sistema controlado, realizando un cronograma de actividades el cual ayudaría a seguir un orden en las mismas que se implementarían al personal interno como al externo de los consultorios.

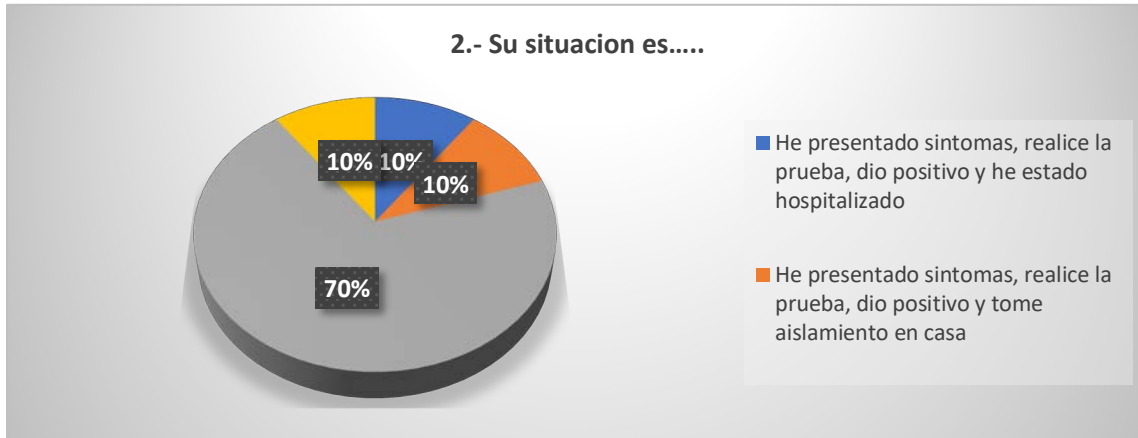
Una de las actividades primordiales que ayudaron a formular correctamente el objetivo principal del estudio fue, realizar un presupuesto de los materiales que son necesarios para contrarrestar el peligro de contagios, brindando a la organización un panorama financiero actualizado que facilite la toma de decisiones y fomente el crecimiento de la misma. Además, preparar a las empresas para hacerle frente a los posibles cambios que puedan surgir en el tiempo. Por tal razón es importante brindarle los materiales necesarios en cuanto a los costos con diferentes proveedores y para tomar una buena decisión. Así mismo conocer la aceptación de los cambios implementados en los consultorios, se formuló una encuesta de salida, la cual nos brindaría los datos de la satisfacción del servicio ofrecido durante la estadía, para realizar esta actividad se cuestionó a los pacientes que asistieron a solicitar el servicio en un tiempo de tres semanas, el segmento de mercado que fue encuestado forma parte de padres de un aproximado de 25 años a 40 años.

RESULTADOS DEL SONDEO DE OPINIÓN PÚBLICA DEL PERSONAL.

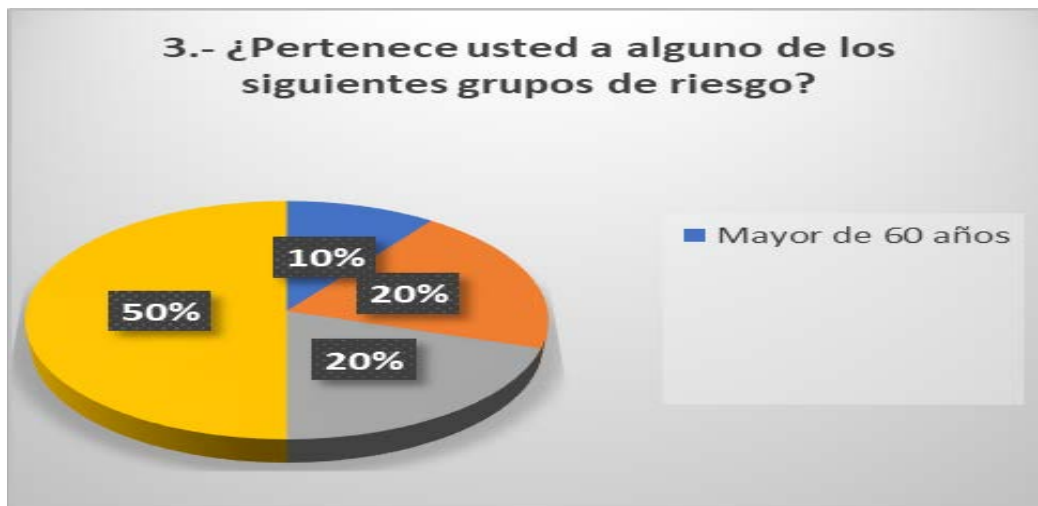
Gráfica 1. Se encuestó a los empleados de la unidad médica especializada para analizar los cambios que sufrieron durante la pandemia, los resultados obtenidos nos explican que el 50% de los trabajadores sufrió aumento de trabajo, el 40% explica que no sufrió ninguna afectación en su trabajo mientras que el 10% indica que sufrió una reducción en su sueldo.



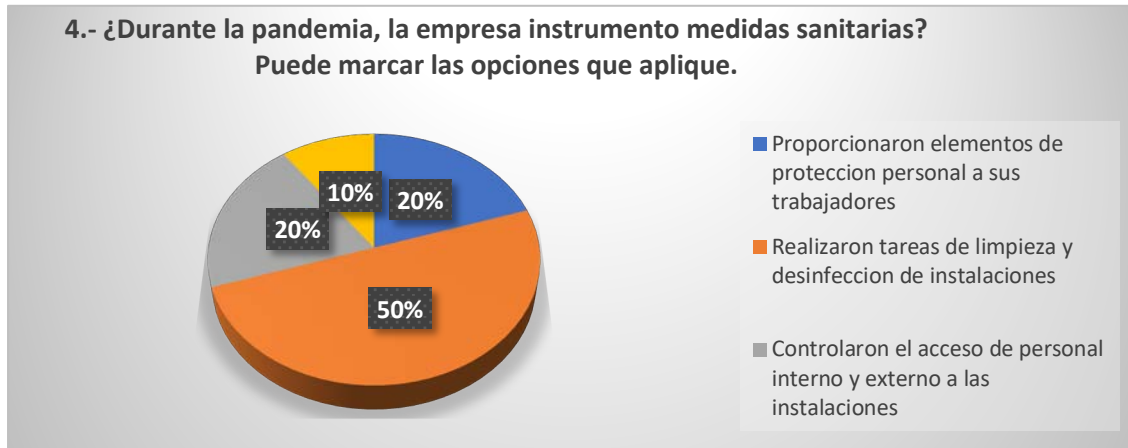
Gráfica 2. Es importante determinar los casos que presentaron algún síntoma de covid-19, los resultados mencionan que el 70% de los trabajadores no llegaron a sentir ningún tipo de padecimiento y por tal razón.



Grafica 3. El 50% mencionan que no pertenecen a un grupo de riesgos y el 50% mencionan que pertenecen a un grupo de riesgo no llegaron a pensar que estuvieran infectados, mientras que el 30% sufrieron o estuvieron expuestos ante el virus.



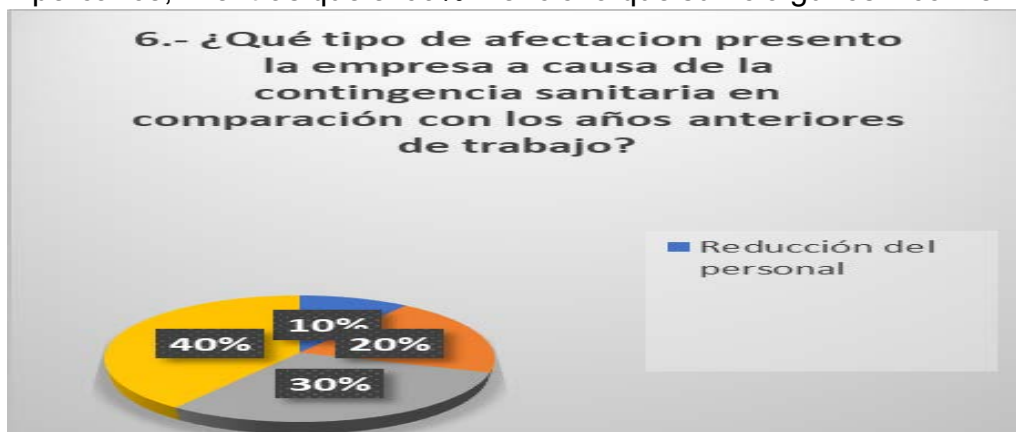
Grafica 4. Las medidas sanitarias deben de tomarse en cuenta en todos los negocios por tal razón se interrogo a los encuestados si llevaban a cabo dicho reglamento el 90% menciona que se implementaban medidas, mientras que el 10% menciona que no lo hacen.



Grafica 5. En la pregunta anterior se plasmó que los consultorios médicos especializados tomaban medidas de prevención, en esta pregunta se indican las acciones tomadas para brindar el servicio a los pacientes



Grafica 6. Se interrogó a los empleados para conocer si JUNO DOCTORS había sufrido algún inconveniente durante la pandemia, el 40% mencionaron que no sufrió ningún percance, mientras que el 60% menciona que sufrió algunos inconvenientes.



Grafica 7. Las pérdidas económicas que sufrieron los negocios se determinaron por el cierre temporal de actividades, por esta razón se preguntó si tuvieron que parar en sus actividades por un tiempo, el 80% mencionan que no pero el 20% mencionaron que si sufrieron este inconveniente.



DESARROLLO

Este estudio se realizó con el propósito de obtener resultados en base a la observación y a la opinión de los trabajadores ya que ellos son los principales interesados en cuidar el bienestar de los pacientes.

Durante el tiempo que se realizó el sondeo de opiniones dentro de JUNO DOCTORS, se pudo observar diferentes actividades del personal. Los cuales se dedican ofrecer servicios de salud y prevención de enfermedades físicas o psicológicas, en donde se encuentran subespecialistas del área de pediatría, así mismo en la clínica surge el interés de crecer y obtener más médicos especialistas para brindar atención a personas adultas.

De acuerdo con los resultados de la encuesta realizada se pudo observar que dentro del ámbito económico y productivo la unidad médica de servicio no fue afectada durante este proceso de la pandemia, sino todo lo contrario, las ventas del servicio fueron aumentando, el equipo de publicidad se encarga de atraer cada vez más la atención de los posibles pacientes dentro del segmento de mercado, cabe mencionar que dentro de las actividades del personal administrativo y del servicio médico incremento su trabajo al igual que el estrés, sin embargo el nivel de los trabajadores no fue afectado si no todo lo contrario tratan de ser productivos y fieles al compromiso que tienen a los consultorios medica especialista.

Dentro de las observaciones que se pudieron recopilar, sobre si lleva un protocolo de control sanitario, se pudo recopilar que actualmente si lo llevan a cabo, sin embargo se detectó que ciertos parámetros no se cumplen dentro de las instalaciones para el cuidado de los pacientes, cuentan con productos de limpieza para desinfectar las áreas que son utilizadas, al igual cuenta con gel desinfectante para utilizarlos las veces que sea necesario, más sin embargo solo se encuentra un solo recipiente para los pacientes, esto hace que surja el problema de que no logre ser detectado por todos y ocasiona que no lo usen adecuadamente.

Se analizaron cada una de las áreas de la clínica, en donde se hace mención que en la entrada la sala de espera no cuenta con un tapete sanitizante esto hace que se puede propagar el virus por la suciedad de los zapatos, el uso de mascarillas si es obligatorio para poder entrar a tomar el servicio, se pudo observar que algunos trabajadores no toman conciencia de lo importante que es acatar esta regla de medida sanitaria, existe de igual manera un problema con el control de acceso limitado a la sala de espera, ya que en ocasiones la sala de espera se encuentra muy llena y eso ocasiona que no se cumplan la regla de sana distancia en los pacientes.

CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Objetivo de la campaña

Fomentar la importancia del uso adecuado de las medidas sanitarias ante la COVID-19, ayudando a las empresas a crear un vínculo de confianza entre los clientes y la empresa, evitando la propagación del virus.

Programa de trabajo

En este estudio se llevó a cabo un plan de trabajo, el cual se ha elaborado para los consultorios médicos especializados JUNO DOCTORS, ubicada en la calle 20 de noviembre y José Azueta col. Centro del estado de Veracruz, ver. En base a las necesidades identificadas, en la unidad médica, se plantea realizar diferentes actividades en conjunto con la ayuda del personal, ya que ellos son los encargados de brindar el servicio.

Haciendo mención a todo esto, se conocen las necesidades, fortalezas y debilidades con las que cuenta JUNO DOCTORS. A lo largo de este tiempo se ha podido recopilar información de los aspectos relacionados con el buen funcionamiento de cada una de sus áreas. Es muy importante resaltar que existen evidencias en los cuales se basó, para establecer el presente plan de trabajo ya que han sido elaborado en base a las necesidades sanitarias con las que cuenta, pensando asimismo no sólo en el presente sino en la proyección futura de los consultorios médicos especializados JUNO DOCTORS.

Implementación del Programa de trabajo.

Campaña de concientización y responsabilidad social ante la contingencia sanitaria COVID- 19, para la empresa JUNO DOCTOR.						
Número	Objetivo que se pretende alcanzar	Acciones	Responsable	Fecha de inicio	Fecha de terminación	Incidentes
1	Alcanzar la atracción de los clientes, fomentando la concientización.	Diseño de la identificación de la campaña logo y eslogan		01/03/22	06/03/22	Retardo de 1 día
2	Diseñar imágenes que brinden la información deseada, para fomentar el cuidado ante la contingencia sanitaria COVID-19.	Imágenes que generen la información de la campaña		08/03/22	19/03/22	Ninguno
3	Implementar información, relevante y de interés para los clientes y el personal de la empresa.	Diseñar folletos, trípticos, carteles.		22/03/22	26/03/22	Ninguno
4	Hacer llegar la información necesaria a los clientes de manera más fácil.	Creación de un blog web.		29/03/22	09/04/22	Falta de información
5	Realizar un evento donde se planteen los puntos importantes a los empleados	Brindar información a los trabajadores del manejo de las		30/03/22	16/04/22	Ninguna

VISIÓN A LA INNOVACIÓN SOCIAL

		medidas sanitarias que deben de implementar				
6	Logar atraer la atención de los pacientes, con información clara y alusiva.	Dar a conocer a los pacientes información relevante de los cuidados pertinentes que se deben de llevar a cabo.		19/04/22	07/05/22	Ninguna

Figura 1. Desarrollo de actividades del programa de trabajo

Evidencias del plan de trabajo



Figura 2. Logo y eslogan de la campaña de concientización y responsabilidad social de la clínica Juno Doctors.

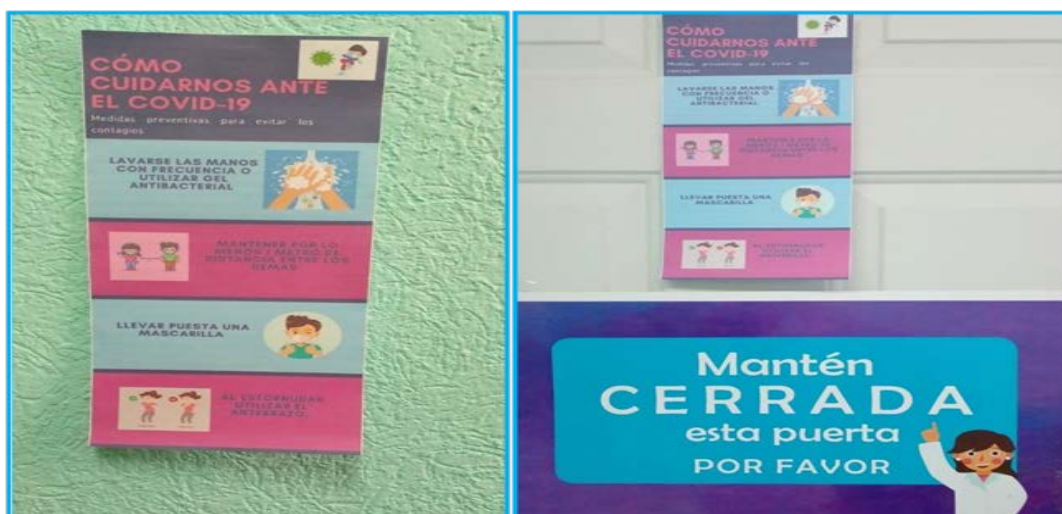


Figura 3. Carteles informativos

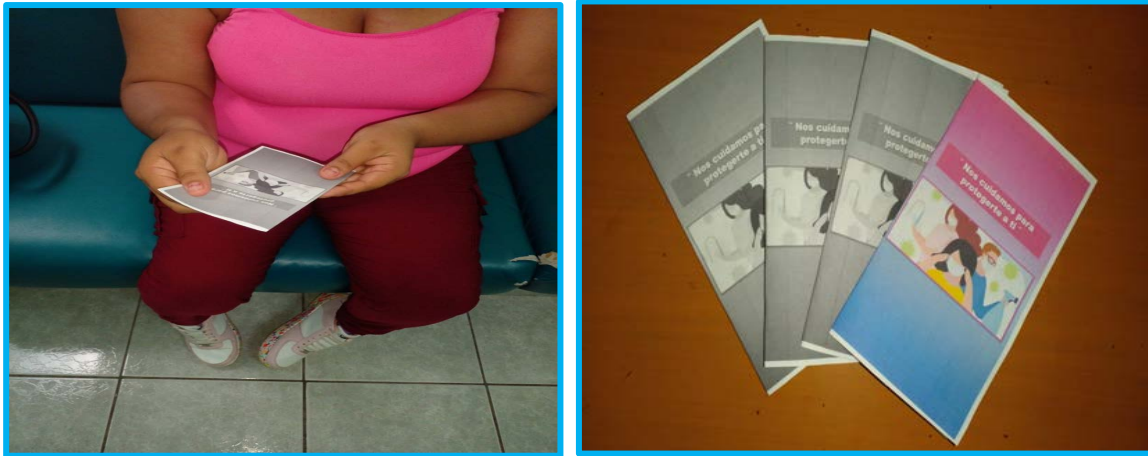


Figura 4. Folletos informativos entregados los pacientes.



Figura 5. Medidas sanitarias implementadas

Presupuesto de los materiales que serán utilizados en la implementación del protocolo del control sanitario.

Llevar la implementación de un cambio en el manejo del protocolo de control sanitario, consiste en utilizar nuevos materiales de limpieza para sanitizar los consultorios al igual que se necesitaría implementar equipo de protección para el personal, por tal razón se realizó un se determinaron los materiales necesarios que se deberán adquirir. Pero para esto se desarrolló un presupuesto el cual nos ayuda a comparar los costos de los materiales antes mencionados para posteriormente presentárselo a los directivos de los consultorios y poder generar la implementación, dentro de los materiales que se solicitaron fueron los siguientes:

Presupuesto de cubrebocas adulto				
Mercado libre			Amazon	
100 pz			100 pz	
Costo de envío	100	Total	Costo por pz	
94	108	202	2.02	
200 pz			50 pz	
Costo de envío	200	Total	Costo por pz	
94	219	313	1.57	
300 pz				
Costo de envío	300	Total	Costo por pz	
94	219	313	1.04	

Presupuesto de cubrebocas infantil				
Mercado Libre			Amazon	
50 pz			50 pz	
Costo de envío	50	Total	Costo por pz	
94	98	192	3.84	
100 pz			100 pz	
Costo de envío	100	Total	Costo por pz	
94	194	288	2.88	
200 pz				
Costo de envío	200	Total	Costo por pz	
94	298	392	1.96	
100 pz				
Costo de envío	100	Total	Costo por pz	
94	189	283	2.83	

Presupuesto tapete sanitizante				
Mercado libre			Amazon	
Costo de envío	1 tapete 2 alfombras	Total	Costo de envío	1 tapete 2 alfombras
94	159	253	0	200
			200	
Mercado libre			Amazon	
Costo de envío	1 tapete 1 felpa de secado	Total	Costo de envío	1 tapete 1 tapete para secado
94	119	213	98	129
			227	
Mercado libre			Amazon	
Costo de envío	1 tapete	Total	Costo de envío	1 tapete
94	89	183	0	159
			159	

Presupuesto de sanitizante				
Mercado libre		Amazon		Farmacia Yan
Costo de envío	Costo por 5 L	Total	Costo de envío	Costo por 4 L
0	426	426	0	550
			550	
			Farmacia Yan	
Costo de envío	Costo por 5 L	Total	Costo de envío	Costo por 5 L
0	499	499	0	499
			499	

Presupuesto de gel antibacterial				
Mercado libre		Amazon		Farmacia Yan
Costo de envío	Costo por 5 L	Total	Costo de envío	Costo por 4 L
0	375	375	70	550
			620	
			Farmacia Yan	
Costo de envío	Costo por 3.760 L	Total	Costo de envío	Costo por 3.760 L
0	858	858	0	858
			858	

Figura 6. Presupuestación de los materiales para el control sanitario

Análisis de segmento y posicionamiento de marketing.

Estudiar el mercado donde se definirá un negocio o una empresa es importante, ya que define principalmente como pueden atraer la atención de dicho mercado. Para esto es importante saber cuál es el concepto de marketing y que es lo que estudia. El marketing es el sistema de investigar un mercado, ofrecer valor y satisfacer al cliente con un objetivo de lucro. Esta disciplina, también llamada mercadotecnia, se responsabiliza de estudiar el comportamiento de los mercados y de las necesidades de los consumidores. (cyberclick , 2021).

Los consultorios médicos especializados JUNO DOCTORS, cuentan con un departamento de marketing, el cual se divide en creación de ideas de publicaciones y creación de videos. El departamento trabaja todos los días para recopilar información necesaria y crear ideas de publicidad en el servicio, realizan pequeñas historias con los casos de los pacientes para brindar información al segmento de mercado donde se dirigen. Algunas de las publicaciones que realizan para promocionar el servicio son las siguientes:



Figura 7. Baners Publicitarios de los servicio que ofrece Juno Doctors

El equipo del departamento de marketing al comienzo de crear publicidad se enfrentó con el lado negativo de las publicaciones, ya que creaban post informativos y los publicaban, pero no alcanzaban los resultados deseados, después implementaron utilizar Facebook como negocio pagaban para que la información llegara a un segmento más amplio, pero se dieron cuenta que estaban gastando demasiado, por esa razón decidieron tomar medidas para evitar gastos innecesarios. Realizaron un análisis donde estudiaron y tomaron la decisión de que las publicaciones más vistas en un lapso de tiempo serian en las que se invertiría más dinero, para hacer crecer las reacciones de las personas.

Durante el tiempo que se realizó el análisis del manejo del equipo de marketing se pudo observar, que trabajan en conjunto para que las ideas que se proponen sean las adecuadas. De igual manera se encuentran estudiando de manera externa para poder lograr los objetivos deseados.

Es importante personalizar las acciones para mejorar la estrategia de marketing en JUNO DOCTORS, algunas estrategias que se pueden tomar en cuenta son las siguientes:

- **Revisar las tendencias de marketing y Social Media**

Las tendencias definirán un marco de referencia, no constituyen una guía definitiva pero sí ofrecen un punto de partida de cara al futuro para implementar nuevas acciones de marketing para estrategias o mejorar las que tienen previstas.

En este caso, se debe apoyar en los informes que ofrecen instituciones reconocidas del sector del marketing, publicidad y comunicación tomando en consideración el tipo de cliente, servicios, nicho de mercado y área geográfica de acción.

- **Diseñar una estrategia SEO para la Web / Blog**

Si se está desarrollando una estrategia de marketing online se debe tener un sitio web y de preferencia un blog. Dicho esto, la revisión del sitio es vital si se desea atraer tráfico, para ello, se comienza por revisar los siguientes elementos:

- ✓ Análisis de los contenidos más vistos, comentados y mejor posicionados, de cara a optimizarlos.
- ✓ Revisiones imprescindibles de página tales como: home, ventas, sobre mí o acerca de optimización de contenidos antiguos.
- ✓ Revisión de la estrategia de enlaces internos y externos.
- ✓ Revisión de las palabras clave de interés.
- Analizar las redes sociales

El uso de las redes sociales es vital, no son un canal de ventas en sí mismo, más bien, son un canal de comunicación que facilita atender y llegar a viejos y nuevos clientes, fidelizar y posicionarte.

- **Investigar los resultados de la competencia**

Lo que funciona para una empresa no tiene por qué funcionar para la tuya, no se trata de copiar lo que hace la competencia sino de reconocer que existe y tomar de ella la experiencia para desarrollar acciones de marketing propias. Verifica los resultados de los competidores, tanto los que han alcanzado el éxito, como los que no. A partir de ahí conocerás lo que ha podido funcionarles y detectar posibles fallos. Se puede comenzar por:

Revisar su web o blog y respondan preguntas como:

- ¿Qué ha cambiado?
- ¿Cuáles son sus contenidos más populares y los menos?
- ¿Cómo muestran sus productos y servicios?
- ¿Cuál es su mensaje de marca?
- ¿Qué tácticas de persuasión utilizan?

Revisar las redes sociales y respondan preguntas como:

- ¿En cuáles son más populares?
- ¿Cómo interactúan con su comunidad?
- ¿Qué tipo de contenido y formatos utilizan?
- ¿Cuáles son las características de sus seguidores?
- ¿Hay seguidores fidelizados con la marca?
- ¿Tiempo de respuesta a comentarios, frecuencia de publicación, horarios?

- **Revisar que los objetivos sean SMART**

Cumplir con los objetivos trazados es la antesala del éxito, también de la motivación que como empresario o emprendedor necesitan en el día a día. Muchas veces ocurre que somos demasiado optimistas o poco específicos, trazando objetivos que, en verdad, no son alcanzables en el tiempo previsto o son un poco vacíos en relación a lo que se desea. Cualquiera de estos casos u otros se convertirán en una piedra en el zapato que más vale sacarla de inmediato.

Revisa que los objetivos sean específicos, relevantes, medibles y alcanzables.

- **Imagen de marca**

Una buena imagen de marca simboliza el negocio y los clientes deben sentirse representados por ella. Esta acción de marketing busca satisfacer a los clientes, ponerles en la mesa lo que ellos quieren. Si tienen claro el perfil del público objetivo y lo que el servicio puede aportarles, tienen las bases creadas para evaluar la imagen de marca y saber si alguna modificación sería provechosa.

- **Actualizar las métricas de evaluación (KPIs)**

Establecer indicadores de medición en el trabajo es clave para adoptar medidas de mejora, para detectar lo que está funcionando y así crear nuevas oportunidades. La elección y actualización de las métricas de evaluación es crucial. Esta elección debe

estar alineada con los objetivos de la etapa del estudio este se encuentra de modo de obtener los valores que en verdad se necesitan. Es importante conocer el punto de vista de los pacientes del servicio brindado por tal razón se realizó un cuestionario donde se calificó el servicio.

Es importante determinar el segmento de mercado donde se dirige el servicio, esto ayuda al departamento de publicidad para concientizar los colores, información y horarios en las que se publicara la información. Gracias a los resultados del cuestionario se determinó que el segmento se encuentra en personas de la edad de 21 años a los 40 años.

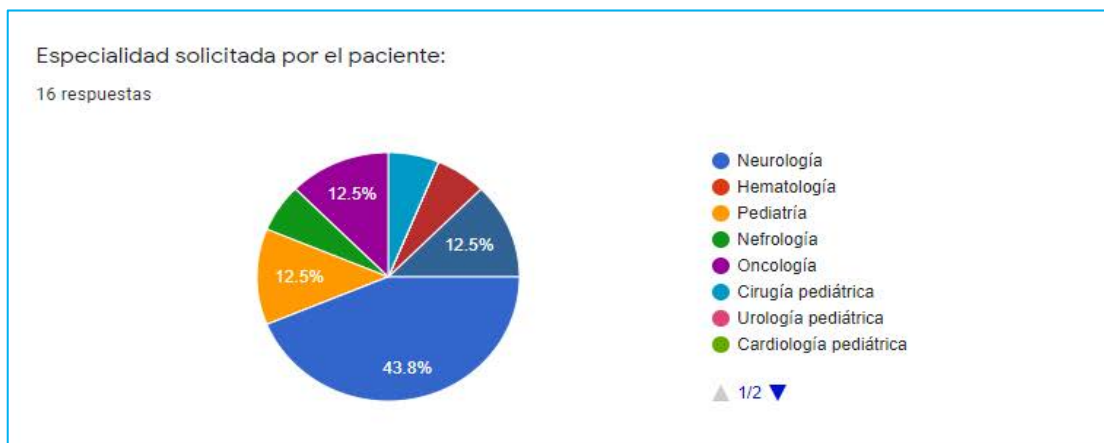


Figura 8. Número de personas encuestadas por edad, segmentado a una población en general con un rango de edad de 21 a 40 años.

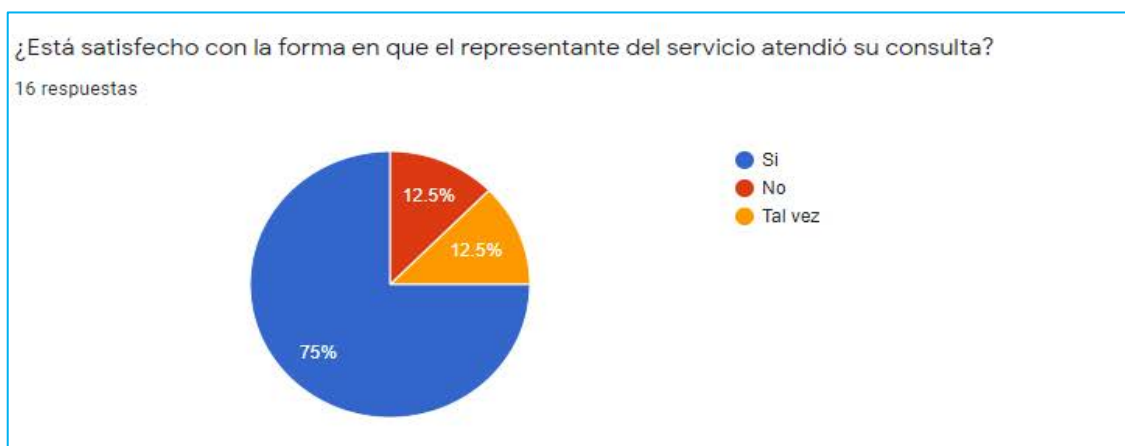


Figura 9. Determinar la especialidad que se encuentra en el posicionamiento número 1, ayuda a observar que la publicidad debe de variar para ayudar los demás especialistas en obtener más demanda.

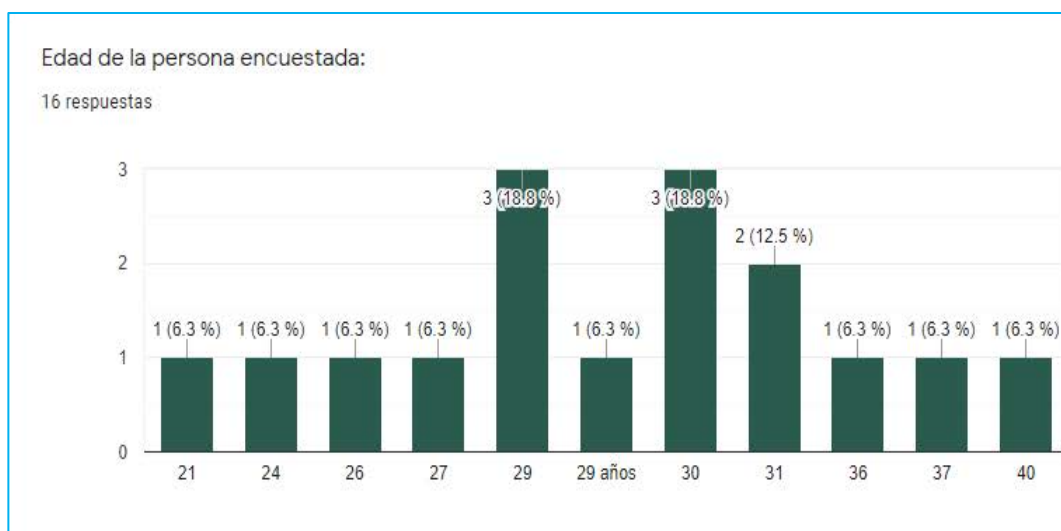


Figura 10. Calificar el servicio brindado ayudara a los consultorios médicos especializados en mejorar el servicio brindado, las personas interrogadas proporcionaron que el 75% se encuentran satisfechos, el 12.5% se siente confundido del servicio y el 12.5% menciona que no se encuentran satisfechos con el servicio.



Figura 11. Cuando se ofrece un servicio es importante conocer del tema y prepararse día a día para satisfacer las necesidades de los consumidores. El servicio brindado se encuentra en un porcentaje de satisfacción del 75% mientras que el 25% se encuentran confundidos con el servicio.

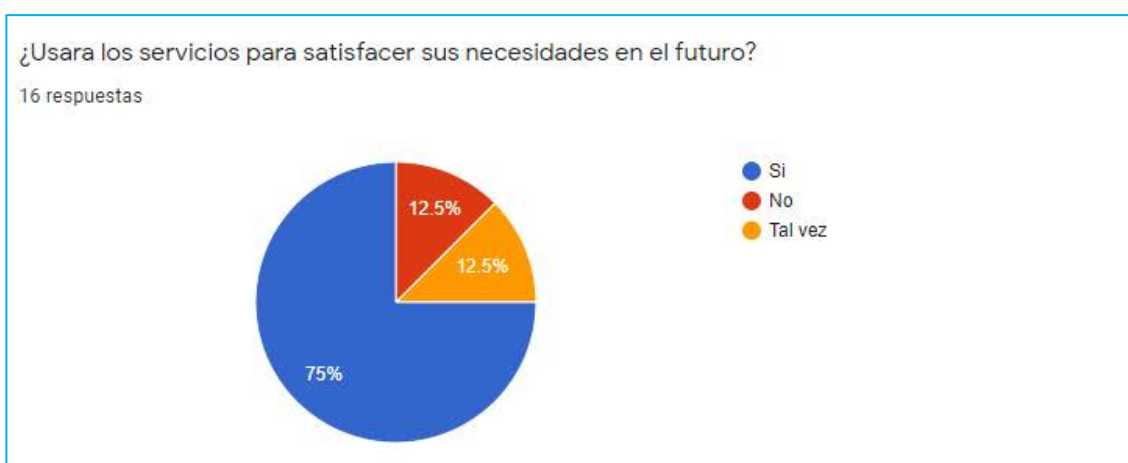


Figura 12. El porcentaje de calificación de ser recomendado con más personas gracias al servicio brindado es de 68.8% en una escala de 9 y 10, mientras que 31.2% califican entre 6 y 8 para recomendar el servicio.

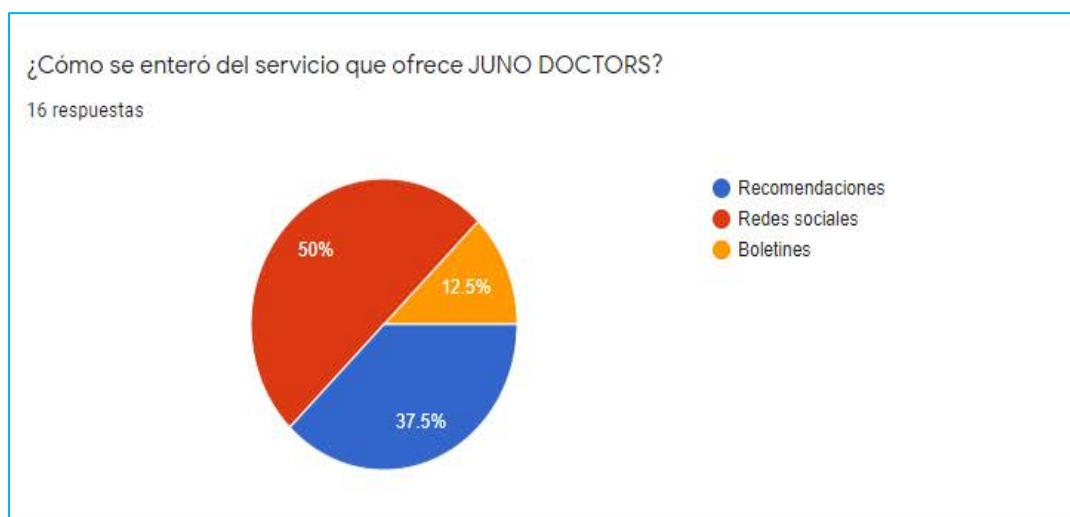


Figura 13. El 75% de los encuestados mencionan que volverán a utilizar el servicio en un futuro, mientras que el 25% se encuentran confundidos.

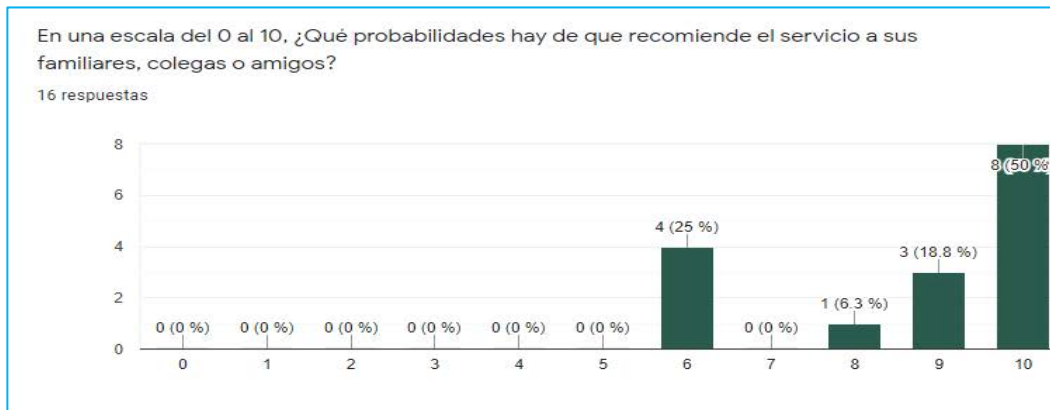


Figura 14. Es importante conocer el alcance que tienen la publicidad del servicio por tan razón se realizó la pregunta, la cual nos brindó la información que el 50% se enteró gracias a las redes sociales, el 37.5% por recomendaciones de pacientes y el 12.5% gracias a boletines.



Figura 15. Dependiendo la pregunta anterior es importante conocer la aplicación por la cual se conoce el servicio, gracias a las personas interrogadas nos proporcionaron que el 73.3% siguen a JUNO DOCTORS por Facebook, mientras que el 13.3% por Instagram y el 13.3% por Tiktok.

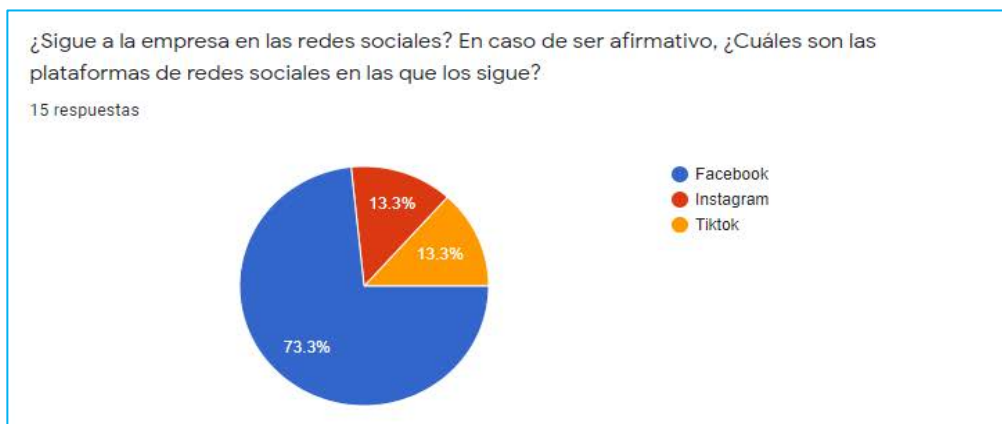


Figura 16. Conocer la satisfacción del paciente en cuanto a las medidas de sanitización de los consultorios médicos especializados, es importante, el 68.8% de las personas se encuentran satisfechas con las medidas, mientras que el 31.3% no se encuentran satisfechas.



Figura 17. Los pacientes encuestados mencionan que el 75% confían en los cuidados que presentan, ante la situación sanitaria mientras que el 25% no se encuentran satisfechos.

Actividades proactivas de la empresa JUNO DOCTORS

¿Qué es ser una persona proactiva?

Ser proactivo significa tomar la responsabilidad de tu propia vida, ejercitar la habilidad de seleccionar tu respuesta ante cualquier estímulo. Esto implica comportarte según tu elección consciente, basado en tus valores y principios, no en las condiciones en las que te encuentras.

“Los compromisos con nosotros mismos y con los demás y la integridad con que los mantenemos son la esencia de nuestra proactividad. Allí también reside la esencia de nuestro crecimiento” (Covey, 2021).

La proactividad va de la mano con el éxito profesional; las empresas esperan que su personal sea capaz de anticipar y afrontar situaciones de crisis y que finalmente consigan resultados positivos. Un líder proactivo debe saber identificar si la empresa en la se desempeña es proactiva y si no lo es, sería una excelente oportunidad proponer y gestionar el cambio cultural de la empresa hacia la proactividad.

JUNO DOCTORS, procura que los empleados tengan la capacitación y el conocimiento adecuado para poder brindar un mejor servicio. Involucran a los empleados en los objetivos que como organización desean alcanzar, así como crear un vínculo de confianza entre los empleados y los jefes de departamentos, fomentan las pláticas de equipo para escuchar las ideas de los empleados viéndolas como una oportunidad para encontrar múltiples soluciones y puntos de vista para mejorar

la calidad del servicio y atraer más posibles pacientes. Incentiva el proceso de toma de decisiones, alejando el miedo a cometer errores y fortaleciendo el optimismo.

CONCLUSIÓN

Realizar este estudio en los consultorios medicina especializada JUNO DOCTORS, ayudo a desarrollar la incógnita planteada, desde un principio cuando se destinó realizar el proyecto por el motivo de determinar el uso de las medidas correspondientes ante la pandemia del COVID-19 en las empresas, el gobierno junto con la secretaria de protección civil esperaban que todos los negocios del estado de Veracruz cumplieran con las indicaciones reglamentarias, sin embargo se detectó que tanto como las micro empresas y macro empresas sufrieron disminución de ventas en los servicios y los productos que ofrecen al mercado, por tal razón no podían costear los materiales necesarios para tomar precauciones ante la situación, o en algunos casos no quieren acatar los reglamentos correspondientes.

Durante el periodo en que se realizó el estudio, se conoció la manera de laborar en la unidad médica, se aplicó un protocolo de sanitización, de igual forma se evaluó el desempeño del protocolo y se plantió a las personas encargadas los puntos de vista determinados en las áreas, para mejorar los cuidados pertinentes que deberían realizar para evitar la propagación del virus y exista mayor control.

El conocimiento obtenido durante el desarrollo del estudio fue de gran ayuda para la elaboración del plan de capacitación de un protocolo de control sanitario. El apoyo del personal fue muy grato, porque proporcionaron la información necesaria para la evaluación.

RECOMENDACIONES

Después de conocer el manejo que implementa los consultorios medica especializada, se recomienda que se verifique constantemente el correcto manejo del protocolo de control sanitario por parte de los empleados que colaboran en la organización, y si es necesario realizar las correcciones implementarlas lo más antes posible para contrarrestar el peligro de contagiarse.

Para revisar el correcto manejo de las medidas sanitarias implementadas a los largo de este estudio se recomienda evaluar a los empleados con una evaluación de 360° grados, esta herramienta será de mucha ayuda ya que en ella se puede evaluar también el desempeño de los trabajadores en sus puestos.

Al momento de ingresar un nuevo capital humano a la organización, se le debe de brindar la capacitación para que otorgue un excelente servicio a los clientes y darle seguimiento al protocolo.

REFERENCIAS

cyberclick . (30 de 04 de 2021). cyberclick . Obtenido de cyberclick :
<https://www.cyberclick.es/marketing#:~:text=El%20marketing%20es%20el%20sistema,las%20necesidades%20de%20los%20consumidores.>

Definicion.ABC. (16 de 03 de 2021). Definicion.ABC. Obtenido de Definicion.ABC:
<https://concepto.de/protocolo/>

DGCES secretaria de salud . (15 de 03 de 2021). DGCES secretaria de salud . Obtenido de DGCES secretaria de salud :
http://www.calidad.salud.gob.mx/site/calidad/regulacion_control_sanitario.html

Gobierno de México . (30 de 03 de 2021). Gobierno de México . Obtenido de Gobierno de México : <http://nuevanormalidad.gob.mx/files/FAQ.pdf>

Gobierno de México (Lineamientos Tecnicos de control sanitaria). (30 de 03 de 2021). Gobierno de México (Lineamientos Tecnicos de control sanitaria). Obtenido de Gobierno de México (Lineamientos Tecnicos de control sanitaria): <http://nuevanormalidad.gob.mx/>

Gobierno de mexico. (17 de 03 de 2021). Gobierno de mexico. Obtenido de <https://coronavirus.gob.mx/covid-19/>

Instituto Nacional del Cancer. (16 de 03 de 2021). Instituto Nacional del Cancer. Obtenido de Instituto Nacional del Cancer:
<https://www.cancer.gov/espanol/publicaciones/diccionarios/diccionario-cancer/def/covid-19>

IVE consultores . (15 de 03 de 2021). IVE consultores . Obtenido de IVE consultores : <https://iveconsultores.com/plan-de-capacitacion/>

La Asociación para el Progreso de la Dirección. (17 de 03 de 2021). La Asociación para el Progreso de la Dirección. Obtenido de <https://www.apd.es/importancia-del-capital-humano-en-una-empresa/>

Morales, F. C. (16 de 03 de 2021). Economipedia . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/protocolo.html>

Organizacion mundial de la salud. . (17 de 03 de 2021). Organizacion mundial de la salud. . Obtenido de Organizacion mundial de la salud. : <https://www.who.int/es/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19>

VISIÓN

A LA

INNOVACIÓN SOCIAL

COORDINADORES:

EVA CATALINA FLORES CASTRO

TERESA GARCÍA LÓPEZ

HUGO SALVADOR ORTEGA FERREL

AUTORES

ALEJANDRO GUZMÁN ROBLES, ALICIA AXLE RICARDEZ, ANA PATRICIA RICARDEZ ESPINOSA, ANGELICA DEL CARMEN LÓPEZ TOTO, ANTONIO HUERTA ESTÉVEZ, CELIA CRISTÓBAL HERNÁNDEZ, EMILIO HUGO MORALES AVENDAÑO, FRANCISCO JAVIER FINO MORALES, GABRIELA ISABEL PÉREZ ARANDA, IGNACIO GARAY PERALTA, JESÚS ARMANDO PECH GUZMÁN, JESÚS HERRERA ALARCÓN, JHOSEL RAMSES ORTEGA VARGAS, JOSÉ ANTONIO FERNÁNDEZ VIVEROS, JOSEFINA CUEVAS RODRÍGUEZ, JOSSELYN RAMÍREZ REYES, LEIRA CAROL ESCUDERO RAMÍREZ, LILIANA GARCÍA REYES, LUIS ALBERTO MONTES GUTIÉRREZ, MARÍA ISABEL GARCÍA PAVÓN, MARIAJOSE AGUILAR DÍAZ, MARTHA DEL CARMEN LÓPEZ RUIZ, NELI ILEANA GÓMEZ MARTÍNEZ, OLIVIA GUADALUPE LÓPEZ RUIZ, SARA SOSA VILLAR, SINUHÉ ESTRADA CARMONA

ISBN: 978-607-59391-7-9



9 786075 939179



Grupo de Ediciones
y Publicaciones
Xalapa S.A. de C.V.