UNIVERSIDAD VERACRUZANA
Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas

Maestría en Ciencias Administrativas

LIBRO DE RESÚMENES

Trabajos recepcionales
2013 - 2018

Agosto
2018

PRESENTACIÓN

El Comité Editorial del Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas se complace en presentar el Libro de Resúmenes de Trabajos Recepcionales Volumen 2 de la Maestría en Ciencias Administrativas del Instituto, período de Octubre 2013 a Julio de 2018, en el cual se muestra el resultado del esfuerzo realizado por los egresados de la Maestría con la finalidad de que sea un material de consulta para nuestros aspirantes y estudiantes, así como un factor de motivación para que en un futuro próximo, vean también reflejados los logros de su perseverancia en un documento similar que será dado a conocer a través de este medio.

Cabe señalar que los resúmenes aquí mostrados, aparecen de acuerdo a la fecha de la presentación del examen de grado de Maestro en Ciencias Administrativas y se transcriben textualmente de los documentos entregados por los autores, como requisito para la defensa del trabajo en dicho examen. La consulta sin embargo, puede efectuarse tanto por autor como por Línea de Generación y Aplicación del Conocimiento (LGAC).

ATENTAMENTE
Agosto 2018

Comité Editorial

COMITÉ EDITORIAL: Milagros Cano Flores, Teresa García López, Ana María Díaz Cerón, Juan Manuel Ortiz García y Martha Oliva Zárate.

CONTENIDO

2018

Estudio de la relación entre la aplicación de la administración de proyectos y el grado de éxito en la implementación de los Sistemas de Información Automatizados de las Organizaciones Públicas de Xalapa, Veracruz

Pablo Israel Guzmán Martínez *1*

Propuesta de fortalecimiento de Imagen Pública desde la visión ciudadana: Caso candidato del Partido Encuentro Social en Banderilla, Veracruz (2017)

Ada Alicia Galván Herrera *2*

Impacto de la Responsabilidad Social Empresarial en el Capital Humano de una Empresa de Autotransporte de Pasajeros en la Ciudad de Xalapa, Ver.

Indra Dennys Landa Trujillo *3*

Diagnóstico de la formación de emprendedores en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Veracruzana, campus Xalapa.

Josil Adad Méndez Rodríguez *4*

La Antigüedad Laboral y su relación con el Síndrome Quemado por el Trabajo (Burnout) en los servidores públicos de un organismo autónomo del Gobierno del Estado en el periodo junio-agosto 2015

Lizbeth Ruiz Bravo *5*

Estilos de liderazgo en la administración pública. Lugar de estudio: “Centro de Internamiento Especial para Adolescentes (CIEPA)” en el período 2009 – 2011.

Inés Adriana Romero Rivera *6*

2017

Estrategias de mercadotecnia para diversificar el mercado meta, caso: Taller de textiles de colchas y manteles artesanales “Laritza”

Cynthia Cortés Luis *7*

Factores de incidencia en la presentación de exámenes de última oportunidad. Caso: Facultad de Derecho del Sistema Abierto de la Universidad Veracruzana campus Xalapa.

Mary Carmen Reyes Aburto *8*

2016

Diagnóstico del *Engagement* de los trabajadores del Consejo Estatal de Asistencia para la Niñez y la Adolescencia (CEDAS)

Amelia Nayeli Luna López *9*

Diagnóstico del liderazgo ejercido y los factores de motivación de los colaboradores de una tienda de conveniencia en la ciudad de Xalapa, Veracruz

Rolando Alarcón Aguilera *10*

Análisis de la opinión de los visitantes y turistas acerca de la oferta turística del corredor Zempoala – Playa Chachalacas

Abril Gómez Solano *11*

Diagnóstico para identificar los factores de motivación prevalecientes en el contexto laboral de los trabajadores de una empresa privada, desde una perspectiva tridimensional

Liliana González Ortigoza..... *12*

2015

Proceso y normativa para la emisión de deuda en los municipios del Estado de Veracruz

Christian Antonio López Martínez..... *13*

La alineación entre las etapas de programación y presupuestación del Presupuesto basado en Resultados de la Universidad Interserrana del Estado de Puebla – Chilchotla

Rafael Meneses Jimarez *14*

Estudio del impacto del empaque en los bactericidas de alimentos, en la preferencia del mercado: el caso del bactericida Cromin, en el mercado local de Xalapa, Veracruz

Antonio José Del Río Galindo *15*

Análisis de la opinión de los turistas acerca de la infraestructura del Corredor Zempoala - Playa Chachalacas

José Rafael Mejía Olivo *16*

Estudio de Opinión acerca de los medios publicitarios y de las preferencias del cliente de tres empresas restauranteras de Xalapa, Veracruz.

Rocío Arenas Nadal *17*

Diagnóstico del Clima Organizacional en una dependencia gubernamental, período de estudio 2014-2015

María de los Ángeles Rizo Pozos *18*

Estudio de Opinión acerca de los medios publicitarios y de las preferencias del cliente de tres empresas restauranteras de Xalapa, Veracruz.

Rosa Aidee Camino Cancino *19*

La Política Económica y la Situación Actual de la Industria Automotriz Mexicana

Josué Trujillo Sánchez..... *20*

Propuesta de un Sistema Informático para el Control Interno de los Bienes Muebles. Caso Departamento de Medios Audiovisuales de la Universidad Veracruzana

Pastor Gerardo José Medina Reyes *21*

El clima organizacional y su relación con la motivación del personal en una dependencia de Educación Media del Estado de Veracruz.

Nadia Consuelo Sánchez Grajales *22*

Estrategias de mercadotecnia para apoyar el desarrollo y crecimiento de las microempresas de la ciudad de Xalapa, Veracruz

Rosalino Zárate Zapata *23*

Estudio de mercado para la creación de una empresa fabricante de chocolate negro artesanal de mesa, en Xalapa, Veracruz.

Inés Jacinto Hernández *24*

2014

Estudio descriptivo de la Gestión Cultural en la Universidad Veracruzana. Caso Tlen-Huicani y Ballet Folklórico. Periodo de estudio 2011-2013

Franchesca Filobello Arauz 25

Análisis Descriptivo de la Profesionalización del Servidor Público en la Nueva Gerencia Pública en una entidad gubernamental del Estado de Veracruz

Gabriela Rosas Rosales *26*

Descripción del bienestar de los ejidatarios del ejido Juchique, del municipio de Juchique de Ferrer, Veracruz, México

Gonzalo Ortega Pineda *27*

El trabajo colaborativo mediante el uso de las TIC: una propuesta para el seguimiento de los Proyectos Estratégicos de una entidad pública

Oscar Valencia Aguilar *28*

Estudio de factores que permean el uso del comercio electrónico como herramienta de comercialización en las PyME y la cultura de compras por internet en la población de Xalapa, Ver.

Juan Carlos Tello Prior *29*

2013

El Coaching como herramienta en el desarrollo de habilidades para la toma de decisiones y la consolidación de competencias en los estudiantes de Ingeniería Química de la Universidad Veracruzana, zona Xalapa

José Luis Dorantes Gómez *30*

Estudio de la relación entre el *Engagement* y la rotación de personal en una cadena de cafeterías, ubicadas en la ciudad de Xalapa - Enríquez, Veracruz, México, en el periodo octubre de 2012 - marzo de 2013

Claudia de Monserrat García González *31*

Marketing Ecológico: Propuesta para mejorar la Sustentabilidad de cuatro PyME de los Sectores Industrial, Comercio y Servicios, de la ciudad de Xalapa, Veracruz

María Esther Villegas Díaz *32*

ÍNDICE POR AUTOR

Nombre Página

Alarcón-Aguilera Rolando 10

Arenas-Nadal Rocío 17

Camino-Cancino Rosa Aidee 19

Cortés Luis Cynthia 7

Del Río-Galindo Antonio José 15

Dorantes Gómez José Luis 30

Filobello Arauz Franchesca 25

Galván-Herrera Ada Alicia 2

García González Claudia de Monserrat 31

Gómez-Solano Abril 11

González-Ortigoza Liliana 12

Guzmán-Martínez Pablo Isarel 1

Jacinto-Hernández Inés 24

Landa-Trujillo Indra Dennys 3

López-Martínez Christian Antonio 13

Luna-López Amelia Nayeli 9

Medina Reyes Pastor Gerardo José *21*

Mejía-Olivo José Rafael..... 16

Meneses-Jimarez Rafael 14

Méndez-Rodríguez Josil Adad 4

Ortega Pineda Gonzalo 27

Reyes Aburto Mary Carmen 8

Rizo-Pozos María de los Ángeles 18

Romero-Rivera Inés Adriana 6

Rosas-Rosales Gabriela 26

Ruiz-Bravo Lizbeth 5

Sánchez-Grajales Nadia Consuelo 22

Tello-Prior Juan Carlos 29

Trujillo-Sánchez Josué *20*

Valencia-Aguilar Oscar 28

Villegas-Díaz María Esther 32

Zárate-Zapata Rosalino 23

Índice por LGAC

Gestión Empresarial

Impacto de la Responsabilidad Social Empresarial en el Capital Humano de una Empresa de Autotransporte de Pasajeros en la Ciudad de Xalapa, Ver.

Indra Dennys Landa Trujillo *3*

Estrategias de mercadotecnia para diversificar el mercado meta, caso: Taller de textiles de colchas y manteles artesanales Laritza"

Cynthia Cortés Luis *7*

Diagnóstico del liderazgo ejercido y los factores de motivación de los colaboradores de una tienda de conveniencia en la ciudad de Xalapa, Veracruz

Rolando Alarcón Aguilera *10*

Diagnóstico para identificar los factores de motivación prevalecientes en el contexto laboral de los trabajadores de una empresa privada, desde una perspectiva tridimensional

Liliana González Ortigoza *12*

Estudio del impacto del empaque en los bactericidas de alimentos, en la preferencia del mercado: el caso del bactericida Cromin, en el mercado local de Xalapa, Veracruz

Antonio José Del Río Galindo *15*

Estudio de Opinión acerca de los medios publicitarios y de las preferencias del cliente de tres empresas restauranteras de Xalapa, Veracruz.

Rocío Arenas Nadal *17*

Estudio de Opinión acerca de los medios publicitarios y de las preferencias del cliente de tres empresas restauranteras de Xalapa, Veracruz.

Rosa Aidee Camino Cancino *19*

La Política Económica y la Situación Actual de la Industria Automotriz Mexicana

Josué Trujillo Sánchez *20*

Estrategias de mercadotecnia para apoyar el desarrollo y crecimiento de las microempresas de la ciudad de Xalapa, Veracruz

Rosalino Zárate Zapata *23*

Estudio de mercado para la creación de una empresa fabricante de chocolate negro artesanal de mesa, en Xalapa, Veracruz.

Inés Jacinto Hernández *24*

Estudio de factores que permean el uso del comercio electrónico como herramienta de comercialización en las PyME y la cultura de compras por internet en la población de Xalapa, Ver.

Juan Carlos Tello Prior *29*

Estudio de la relación entre el *Engagement* y la rotación de personal en una cadena de cafeterías, ubicadas en la ciudad de Xalapa - Enríquez, Veracruz, México, en el periodo octubre de 2012 - marzo de 2013

Claudia de Monserrat García González *31*

Marketing Ecológico: Propuesta para mejorar la Sustentabilidad de cuatro PyME de los Sectores Industrial, Comercio y Servicios, de la ciudad de Xalapa, Veracruz

María Esther Villegas Díaz *32*

Gestión Pública

Estudio de la relación entre la aplicación de la administración de proyectos y el grado de éxito en la implementación de los Sistemas de Información Automatizados de las Organizaciones Públicas de Xalapa, Veracruz

Pablo Israel Guzmán Martínez *1*

Propuesta de fortalecimiento de Imagen Pública desde la visión ciudadana: Caso candidato del Partido Encuentro Social en Banderilla, Veracruz (2017)

Ada Alicia Galván Herrera *2*

Diagnóstico de la formación de emprendedores en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Veracruzana, campus Xalapa.

Josil Adad Méndez Rodríguez *4*

La Antigüedad Laboral y su relación con el Síndrome Quemado por el Trabajo (Burnout) en los servidores públicos de un organismo autónomo del Gobierno del Estado en el periodo junio-agosto 2015

Lizbeth Ruiz Bravo *5*

Estilos de liderazgo en la administración pública. Lugar de estudio: “Centro de Internamiento Especial para Adolescentes (CIEPA)” en el período 2009 – 2011.

Inés Adriana Romero Rivera *6*

Factores de incidencia en la presentación de exámenes de última oportunidad. Caso: Facultad de Derecho del Sistema Abierto de la Universidad Veracruzana campus Xalapa.

Mary Carmen Reyes Aburto *8*

Diagnóstico del *Engagement* de los trabajadores del Consejo Estatal de Asistencia para la Niñez y la Adolescencia (CEDAS)

Amelia Nayeli Luna López *9*

Análisis de la opinión de los visitantes y turistas acerca de la oferta turística del corredor Zempoala – Playa Chachalacas.

Abril Gómez Solano *11*

Proceso y normativa para la emisión de deuda en los municipios del Estado de Veracruz

Christian Antonio López Martínez *13*

La alineación entre las etapas de programación y presupuestación del Presupuesto basado en Resultados de la Universidad Interserrana del Estado de Puebla – Chilchotla

Rafael Meneses Jimarez *14*

Análisis de la opinión de los turistas acerca de la infraestructura del Corredor Zempoala - Playa Chachalacas
José Rafael Mejía Olivo *16*

Diagnóstico del Clima Organizacional en una dependencia gubernamental, período de estudio 2014-2015
María de los Ángeles Rizo Pozos *18*

Propuesta de un Sistema Informático para el Control Interno de los Bienes Muebles. Caso Departamento de Medios Audiovisuales de la Universidad Veracruzana
Pastor Gerardo José Medina Reyes *21*

El clima organizacional y su relación con la motivación del personal en una dependencia de Educación Media del Estado de Veracruz.
Nadia Consuelo Sánchez Grajales *22*

Estudio descriptivo de la Gestión Cultural en la Universidad Veracruzana. Caso Tlen-Huicani y Ballet Folklórico. Periodo de estudio 2011-2013
Franchesca Filobello Arauz 25

Análisis Descriptivo de la Profesionalización del Servidor Público en la Nueva Gerencia Pública en una entidad gubernamental del Estado de Veracruz
Gabriela Rosas Rosales *26*

Descripción del bienestar de los ejidatarios del ejido Juchique, del municipio de Juchique de Ferrer, Veracruz, México
Gonzalo Ortega Pineda *27*

El trabajo colaborativo mediante el uso de las TIC: una propuesta para el seguimiento de los Proyectos Estratégicos de una entidad pública
Oscar Valencia Aguilar *28*

El Coaching como herramienta en el desarrollo de habilidades para la toma de decisiones y la consolidación de competencias en los estudiantes de Ingeniería Química de la Universidad Veracruzana, zona Xalapa
José Luis Dorantes Gómez *30*

Estudio de la relación entre la aplicación de la administración de proyectos y el grado de éxito en la implementación de los Sistemas de Información Automatizados de las Organizaciones Públicas de Xalapa, Veracruz

Pablo Israel Guzmán Martínez

El presente documento muestra los resultados de una investigación de tipo no experimental, transaccional, relacional, bajo el enfoque cuantitativo, denominado: estudio de la relación entre la aplicación de la administración de proyectos y el grado de éxito en la implementación de los sistemas de información automatizados de las organizaciones públicas en Xalapa, Veracruz. El objetivo principal fue comprobar que las organizaciones públicas de Xalapa, Veracruz que aplican el método de Administración de proyectos en el desarrollo de sistemas de información automatizados, tienen relación con el grado de éxito en la implementación de los mismos. Mediante un censo se aplicó un cuestionario de 39 preguntas a los usuarios del sistema de información a través del cual se obtuvo información de la variable grado de éxito en la implementación de los sistemas de información automatizados y sus dos dimensiones: a) alcance y b) usabilidad, así mismo, también se obtuvo información de los integrantes del equipo desarrollador del proyecto del sistema de información automatizado, mediante un cuestionario de 25 preguntas para la variable Administración de Proyectos y sus dos dimensiones: a) planeación y b) ejecución y control. Una vez que se obtuvo la información, y con el apoyo de software informático, se analizó la misma, empleando gráficas y tablas; además se aplicó el estadístico de prueba de Coeficiente de Correlación de Spearman, para determinar si había o no una correlación entre las variables. Los resultados no mostraron entre la aplicación de administración de proyectos y el grado de éxito en la implementación de los sistemas automatizados. Debido a dicho hallazgo, se propusieron algunas recomendaciones para investigaciones futuras.

Trabajo presentado el 29 de junio de 2018

LGAC: Gestión Pública
Temática: Organización y Sistemas
Director-Tutor: Dr. Jesús Escudero Macluf
Campus: Xalapa

Propuesta de fortalecimiento de Imagen Pública desde la visión ciudadana: Caso candidato del Partido Encuentro Social en Banderilla, Veracruz (2017)

Ada Alicia Galván Herrera

Uno de los objetivos del estudio de la *mercadotecnia* o *marketing* aplicada a productos y servicios en el contexto del libre mercado es la *persuasión*. Por lo que este concepto se fundamenta en *comunicar* bajo la premisa de *conseguir objetivos específicos*, es decir, *identificables, viables y factibles*. Así, en el ámbito político es una forma de comunicación en la que se pretende lograr que el oyente acepte actuar de forma consiente y libre, a beneficio de cierto candidato o partido. De esta manera el ciudadano común está expuesto a diversas plataformas electorales, teniendo la posibilidad de elegir libremente, si votar o no, por determinada alternativa. En 1980 se reconoce en la literatura a la etapa adulta del *marketing político moderno*. El proceso del marketing político se divide en dos etapas: 1) determinación de una estrategia y 2) fijación y aplicación de una táctica; siendo en la primera etapa donde se elige al público objetivo, se define una imagen y los temas de campaña. En este mismo proceso existen tres elementos sumamente importantes e íntimamente relacionados: el candidato (*ethos*), el auditorio (*pathos*), el mensaje (*logos*). Por lo que la imagen, como parte elemental del desarrollo del producto, requiere desarrollarse en medio de un proceso de investigación que considere las características del proceso. Es el caso del Municipio de Banderilla Veracruz, donde en el año 2017 se preparaba la contienda electoral por la Presidencia Municipal en el Estado de Veracruz, 2017, se planteó la pregunta de investigación: ¿Cuáles son los elementos y características basados en la percepción de los ciudadanos del municipio de Banderilla en el 2017, que contribuyen al fortalecimiento de la Imagen Pública del candidato? De esta manera, el presente trabajo de investigación identifica los elementos y características de un postulante a la presidencia municipal y la caracterización del entorno electoral que perciben los ciudadanos de Banderilla en el Estado de Veracruz, como primordiales para el diseño de una propuesta de fortalecimiento de la Imagen Pública del candidato del *Partido Encuentro Social*. Para ello, se desarrolló una metodología de estudio basada en un enfoque cualitativo de información, y utilizó el método *focus group* como medio generador de información.

Trabajo presentado el 26 de junio de 2018

LGAC: Gestión Pública
Temática: Mercadotecnia
Director-Tutor: Dr. Oscar González Muñoz
Campus: Xalapa

Impacto de la Responsabilidad Social Empresarial en el Capital Humano de una Empresa de Autotransporte de Pasajeros en la Ciudad de Xalapa, Ver.

Indra Dennys Landa Trujillo

Se puede decir que una empresa que cuenta con el distintivo de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), genera una imagen positiva ante la sociedad, ya que expresa una postura activa y responsable respecto al impacto de sus operaciones para atender necesidades específicas de sus *stakeholders,* contribuyendo con ello a mejorar su imagen y competitividad en el mercado. El presente trabajo de investigación, considera el estudio de las implicaciones que tiene esta forma de gestión empresarial en el capital humano que la conforma. El interés por llevarlo a cabo, fue aportar a la empresa resultados verídicos y confiables que pudieran apoyar en la toma de decisiones con respecto al mejoramiento de su labor socialmente responsable. Los resultados muestran que los empleados se sienten motivados y orgullosos de pertenecer a una empresa que cuenta con el distintivo, encontrando mayores beneficios y ambiente laboral grato, así como ampliando su panorama en lo que respecta al significado de Responsabilidad Social Empresarial.

Trabajo presentado el 18 de mayo de 2018

LGAC: Gestión Empresarial
Temática: Recursos Humanos
Directora-Tutora: Dra. Yolanda Ramírez Vázquez
Campus: Xalapa

Diagnóstico de la formación de emprendedores en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Veracruzana, *campus* Xalapa.

Josil Adad Méndez Rodríguez

Como respuesta a un entorno socioeconómico globalizado, los programas educativos en las Instituciones de Educación Superior han sufrido cambios significativos para adaptarse a las áreas del conocimiento administrativo, particularmente en la autogeneración de empleo; ya que una de las principales causas que señalan la desaparición de las MiPyMES en México, se debe a que los empresarios no tienen idea sobre la administración de sus organizaciones (Villanueva, 2012). Esto lleva a que la educación puede tener impacto en el futuro de las personas, no solo por prepararlas en cuanto a conocimientos, sino también en desarrollar sus habilidades y competencias que le serán útiles para sobrellevar retos y aprovechar oportunidades. Por lo anterior, este documento describe un proyecto de investigación orientado a identificar la situación prevaleciente en la formación de emprendedores en una dependencia académica pública, a través de la opinión de los estudiantes activos y egresados que han cursado la experiencia educativa Desarrollo de Emprendedores. Los resultados, estadísticamente señalan que se debe reforzar el programa educativo mencionado con respecto a dar a conocer las diferentes fuentes de financiamiento disponibles en la actualidad para emprendedores, con el interés de reducir el temor manifestado ante el riesgo de no contar con recursos económicos propios para implementar sus ideas de negocios; además, se determinó que la mercadotecnia es un área importante a fortalecer en la formación profesional, con el objetivo de mantener las ventas; así mismo, gráficamente se encontraron algunas diferencias entre las opiniones vertidas de acuerdo al género.

Trabajo presentado el 12 de mayo de 2018

LGAC: Gestión Pública
Temática: Administración Educativa
Directora-Tutora: Dra. Teresa García López
Campus: Xalapa

La Antigüedad Laboral y su relación con el Síndrome Quemado por el Trabajo (*Burnout*) en los servidores públicos de un organismo autónomo del Gobierno del Estado en el periodo junio-agosto 2015

Lizbeth Ruiz Bravo

En este documento, se describe el proceso observado en el desarrollo de una investigación relacional sobre el fenómeno conocido como Síndrome de Quemado por el trabajo, el cual afecta a los empleados de cualquier organización y se caracteriza porque el sujeto experimenta cansancio emocional, despersonalización y baja realización personal. Estudios recientes han indicado que este padecimiento impacta directamente en la calidad de servicio que presta el sujeto que lo padece, repercutiendo en distintos aspectos como su productividad, sus relaciones interpersonales, su vida personal, entre otros factores. La pregunta de investigación planteada fue: ¿Existe relación intensa entre la antigüedad laboral y el Síndrome Quemado por el Trabajo (Burnout) en los servidores públicos del Organismo Autónomo del Estado de Veracruz, en el año 2015? Para intentar esta cuestión, se hizo una encuesta transversal utilizando el cuestionario identificado como MBI-SS (Maslach Burnout Inventory Service Survey) para medir el Síndrome de Quemado por el Trabajo y la antigüedad laboral en dieciséis servidores públicos del área de Auditorías en el Organismo Autónomo del Estado de Veracruz, en el año 2015. Los hallazgos más relevantes señalaron que los sujetos de género masculino, los servidores menores de 35 años, los de estado civil soltero, los que tienen menos de dos dependientes económicos, los que tienen grado de maestro y los que tienen de cuatro a nueve años de antigüedad son los que más padecen el Síndrome, además los trastornos de salud con más incidencia fueron: los dolores de cabeza, los dolores musculares, los malestares gastrointestinales, los periodos de irritabilidad e insomnio La prueba de hipótesis del test estadístico de Spearman, reportó un Rho de: 0.270, y el valor de p= 0.313. Las principales conclusiones de este estudio fueron que no existe relación intensa entre la antigüedad laboral y el SQT en los Servidores públicos del Organismo Autónomo del Estado de Veracruz en el año 2015; que el nivel general de padecimiento del Síndrome de Quemado por el Trabajo que prevalece en el Organismo es BAJO, y que los servidores que tienen una antigüedad laboral de cuatro a nueve años, son los más propensos a padecer el Síndrome de Quemado por el Trabajo en este Organismo público.

Trabajo presentado el 22 de marzo de 2018

LGAC: Gestión Pública
Temática: Recursos Humanos
Director-Tutor: Dr. Jesús Escudero Macluf
Campus: Xalapa

Estilos de liderazgo en la administración pública. Lugar de estudio: “Centro de Internamiento Especial para Adolescentes (CIEPA)” en el período 2009 – 2011.

Inés Adriana Romero Rivera

La presente investigación se deriva de la Línea de Generación y Aplicación del Conocimiento del IIESCA, de Gestión Pública, cuyo objetivo es proponer alternativas de solución o mejora, buscando crear y desarrollar trabajos teóricos y prácticos en el campo de la administración pública, así como también estudiar la gestión en las instituciones públicas actuales, lo anterior, con la finalidad de identificar ineficiencias y proponer nuevas formas de organización, metodologías y herramientas administrativas que contribuyan a mejorar su eficiencia en la operación de las mismas. Por ello la investigación se enmarca, por un lado, en la función pública, y por el otro en el liderazgo; estos dos temas principales permitieron establecer un panorama que proporcion a la investigación una base sólida para desarrollarse. Dicho trabajo de investigación se llevó a cabo en una institución pública, el Centro de Internamiento Especial para Adolescentes, en el que se busco conocer las características de liderazgos que prevalecen en los jefes de área (CIEPA), para denotar la percepción que tienen éstos de sí mismos y poder contrastar con la que tienen los empleados a su cargo. Para ello, se utilizaron dos cuestionarios: el Cuestionario de Estilo Interpersonal (CEI) aplicado a los jefes de área para evaluar su percepción y el Supervisory Behavior Description Questionaire (SBDQ), aplicado al personal del equipo multidisciplinario para conocer la percepción que ellos tienen de su jefe inmediato. Con los resultados obtenidos, se diseñó una propuesta de intervención que considera el diseño e implementación de un curso de capacitación en motivación y liderazgo, así como también dinámicas de integración dirigidas a los directores de las áreas y al personal que se encuentra en las cinco áreas fundamentales del CIEPA.

Trabajo presentado el 20 de marzo de 2018

LGAC: Gestión Pública
Temática: Recursos Humanos
Director-Tutor: Dr. Reidar Jensen Castañeda
Campus: Xalapa

Estrategias de mercadotecnia para diversificar el mercado meta, caso: Taller de textiles de colchas y manteles artesanales Laritza”

Cynthia Cortés Luis

Oaxaca es un estado que se caracteriza por su diversidad cultural y tradiciones, así como por los coloridos productos artesanales que ofrece a turistas nacionales y extranjeros; sin embargo, las condiciones políticas y sociales han ocasionado que el número de visitantes disminuya, por consecuencia la comercialización de artesanías también, ello por depender del turismo local. Por tanto, los artesanos oaxaqueños deben diversificar el mercado meta y de esta manera no depender del turismo local. En este contexto, se presenta el estudio de caso del Taller de Textiles de Colchas y Manteles Artesanales “Laritza”, el cual tiene como objetivo general: realizar un análisis cualitativo de las 4 P´s valoradas por clientes potenciales, que permita elaborar estrategias para diversificar el mercado meta de dicho taller. Las variables de estudio son las 4 P´s, propuestas por *McCarthy,* producto, precio, promoción y plaza. Para realizar el estudio se trabajó con un enfoque cualitativo, utilizando la técnica de entrevista y grupos focales. Para la obtención de los datos, se aplicó una entrevista al encargado del taller de textiles “*Laritza*”. También se realizaron tres grupos focales; en el primero participaron estudiantes de maestría, 7 mujeres y 3 hombres; mientras que el segundo fueron profesionistas, 3 mujeres y 2 hombres; y el tercero se integró por 9 amas de casa. En los resultados obtenidos respecto al taller de textiles de colchas y manteles artesanales “*Laritza*”, en los productos se encontró que son de calidad, sin embargo, no se innova en ellos; la manera de determinar el precio es de forma empírica; en plaza, se reconoció que solo se distribuyen en el mercado local, a intermediarios y consumidores finales; mientras en promoción, no hay una estrategia al respecto, ya que únicamente cuenta con tarjetas de presentación. Por otra parte, en los grupos focales, se encontró que respecto al producto, los clientes potenciales dan importancia a la parte histórica y cultural que representan las artesanías; en el precio, los elementos que se consideran son el tiempo invertido, la mano de obra, el valor cultural, entre otros; en plaza, se obtuvo la opinión respecto de comercializar los textiles artesanales en posibles lugares como ferias artesanales, tiendas departamentales, terminales y aeropuertos entre otros; en promoción se detectaron los medios y elementos primordiales para dar a conocer los textiles artesanales. Derivado del análisis de los datos obtenidos en la entrevista y grupos focales, se contaron con los elementos para desarrollar estrategias para cada una de las 4 P´s, y así el taller de textiles de colchas y manteles artesanales “*Laritza*” pueda diversificar su mercado meta.

Trabajo presentado el 15 de diciembre de 2017

LGAC: Gestión Empresarial
Temática: Mercadotecnia
Director-Tutor: Mtro. Daniel A. Olivera Gómez
Campus: Xalapa

Factores de incidencia en la presentación de exámenes de última oportunidad. Caso: Facultad de Derecho del Sistema Abierto de la Universidad Veracruzana campus Xalapa.

Mary Carmen Reyes Aburto

El desarrollo económico, industrial y tecnológico requiere de ciudadanos mejor preparados y capaces de responder a las nuevas demandas del mercado, en donde la formación, a través de la educación juega un papel fundamental. En tema de educación, la deserción o fracaso escolar, es considerado por la sociedad como un hecho negativo que debe evitarse o reducirse. Es por eso, que resulta relevante abordar temáticas como la reprobación escolar, el bajo desempeño y la deserción, mismas que se hayan entrelazadas, tal como lo expresan Sánchez, Gómez, Ramírez y Amézquita (2011, pág. 114), […] "cuanto mayor es el retraso escolar, derivado de la repetición, peor es el desempeño de los alumnos". El Sistema de Enseñanza Abierta, perteneciente a la Universidad Veracruzana, no está exento de dicha problemática, dadas las peculiaridades de la institución educativa, las características de sus estudiantes y el incremento del índice de reprobación y retención en los programas educativos que integran dicho sistema, se vio la necesidad de indagar a profundidad en el tema. Por consiguiente, este trabajo de investigación, tuvo el objetivo de identificar los principales factores que inciden en la presentación de exámenes de última oportunidad en dicho sistema. Ya que los estudiantes que se encuentran en dicha situación, ponen en alto riesgo su permanencia en la institución. Es de relevancia mencionar que para lograr el objetivo antes descrito, se realizó una revisión de los referentes teóricos, y se decidió estudiar el problema desde tres variables denominadas complejidades, las cuales fueron analizadas desde la perspectiva de los alumnos, donde se valoraron aspectos relacionados a: los mismos estudiantes, los docentes y la institución. En este contexto de ideas, se abordó la temática con un alcance descriptivo, desde un enfoque cuantitativo, utilizando la técnica de encuesta y como herramienta para recabar los datos se empleó un cuestionario aplicando un censo. Derivado de lo anterior, se obtuvo como resultados que los principales factores que indicen en la problemática detectada fueron: en primera instancia la complejidad del estudiante a través de sus dimensiones de aspectos socioeconómicos y aspectos escolares. Y en segunda instancia, la complejidad institucional mediante sus dimensiones de normas y reglamentos, atención o servicio por la coordinación y tutorías académicas. Finalmente, se enlistaron una serie de sugerencias a considerar en la implementación de acciones de mejora, de tal manera que conduzcan a minimizar el índice de reprobación, así como incrementar los índices de eficiencia terminal del programa educativo, apoyando con ello, en la reducción del rezago educativo y, a su vez, en la deserción escolar.

Trabajo presentado el 5 de diciembre de 2017

LGAC: Gestión Pública
Temática: Administración Educativa
Directora-Tutora: Dra. Yolanda Ramírez Vázquez
Campus: Xalapa

Diagnóstico del *Engagement* de los trabajadores del Consejo Estatal de Asistencia para la Niñez y la Adolescencia (CEDAS)

Amelia Nayeli Luna López

En la actualidad las personas juegan un papel muy importante en las organizaciones para el logro de sus objetivos, esto es debido a que las mismas requieren de personal altamente comprometido y satisfecho con su trabajo, con actitud positiva ante su responsabilidad laboral, que se sientan parte importante de la institución, por ello es sustancial brindarle las condiciones necesarias para que tengan una mejor vida laboral y fomentar el entusiasmo por el desempeño de sus actividades, de tal manera que sus resultados y actuación profesional se orienten a fortalecer los intereses de su organización. Las personas desarrollan características propias tales como conocimientos, experiencia, destrezas, habilidades, creatividad, por mencionar algunas, las cuales deben ser consideradas al momento de seleccionarlos para ser conservadas y desarrolladas durante su permanencia, lo cual se puede lograr mediante una correcta administración de los recursos humanos. El *Engagement* refiere al compromiso de los empleados con la empresa, al esfuerzo que ofrecen sin que se les exija, al trabajo en equipo con entusiasmo, a la cooperación que ofrecen al grupo, a la ilusión por llevar a cabo sus funciones, se encuentren en un estado mental positivo, lo cual facilita el logro de los objetivos de la empresa, así como el bienestar de cada uno de los colaboradores. El liderazgo es el proceso mediante el cual una persona influye sobre otra o sobre un grupo de personas, para que actúen voluntaria y entusiasmadamente en el cumplimiento de los objetivos establecidos, aprovechando al máximo sus habilidades y conocimientos La importancia de ambos constructos, llevó a considerar la posible relación existente entre ellos en una institución gubernamental orientada a la protección de los derechos de las niñas, niños y adolescentes denominada Consejo Estatal de Asistencia para la Niñez y la Adolescencia del Estado de Veracruz en la ciudad de Xalapa (CEDAS), para identificar el *Engagement* de los trabajadores con la organización, así como identificar si perciben el liderazgo que se ejerce, con el interés de ofrecer algunas recomendaciones a la Secretaria Ejecutiva del CEDAS, acerca del cómo mejorar el nivel de *Engagement* de los empleados.

Trabajo presentado el 30 de mayo de 2016

LGAC: Gestión Pública
Temática: Recursos Humanos
Director-Tutor: Dr. Jorge Ramírez Juárez
Campus: Xalapa

Diagnóstico del liderazgo ejercido y los factores de motivación de los colaboradores de una tienda de conveniencia en la ciudad de Xalapa, Veracruz

Rolando Alarcón Aguilera

La presente investigación se realizó en la empresa FASTI, la cual tiene sucursales que están catalogadas como “de conveniencia” y, actualmente, su relevancia es importante en la ciudad de Xalapa, porque cuenta con más de 60 sucursales operando y tiene una plantilla de más de 500 colaboradores. El objetivo de este trabajo de investigación fue describir la percepción que, durante el período de estudio (de junio a diciembre de 2014), tenían los colaboradores de la empresa antes mencionada, respecto al liderazgo ejercido y de los factores que los motivan a desempeñar su trabajo. La metodología que se siguió, se inició con la descripción del problema que se percibió en la empresa sujeto de estudio, y se realizó la justificación para desarrollar la investigación; posteriormente, se definieron los objetivos, las variables y el tipo de estudio. Asimismo, fue necesario identificar la población en estudio y, con base en ello, determinar la muestra correspondiente; finalizado lo anterior, se eligió la técnica de recolección de datos y se elaboró el instrumento necesario. Este último se aplicó con base en una planeación del trabajo de campo (tomando en cuenta la distancia y tiempo de traslado entre sucursales) y la información obtenida, se sometió a análisis estadísticos para interpretar los resultados, mostrándose principalmente a través de tablas de tabulación cruzada y gráficas. Los principales hallazgos de esta investigación señalan que los colaboradores sienten respeto y confianza hacia sus jefes directos, y perciben que participan en la realización de las actividades que se desarrollan en la sucursal, así como también que reciben retroalimentación de su trabajo y se realizan reuniones para mantener una comunicación estrecha con relación a la información de la empresa. Además, los principales factores que influyen sobre el personal para estar motivado a realizar su trabajo, son el recibir bonos de acuerdo a su productividad, tener seguridad y estabilidad en la empresa, estar satisfechos con el trabajo que realizan, tener la oportunidad de expresar sus inquietudes y sugerencias, así como sentir gusto por las actividades que desarrollan durante su jornada laboral.

Trabajo presentado el 26 de mayo de 2016

LGAC: Gestión Empresarial
Temática: Recursos Humanos
Director-Tutor: Dr. Juan Manuel Ortiz García
Campus: Xalapa

Análisis de la opinión de los visitantes y turistas acerca de la oferta turística del corredor Zempoala –Playa Chachalacas.

Abril Gómez Solano

Para el corredor turístico Zempoala – Playa Chachalacas, el turismo es fuente generadora de riqueza económica, y empleo, ofrece salarios a los prestadores de servicios y habitantes locales y fomenta el desarrollo de la región. Sin embargo, en los últimos años, las autoridades municipales del corredor turístico han notado un decremento en la afluencia de turistas y visitantes, situación que ha repercutido en la derrama económica que percibe el municipio. Por esta razón, surge en las autoridades actuales la necesidad de realizar un estudio de la situación existente en el corredor turístico, para proponer diversas medidas de solución ante la situación antes descrita; así, en la presente investigación, se realizó un análisis de la opinión de los visitantes y turistas sobre la oferta turística del Corredor Zempoala-Playa de Chachalacas. La investigación se consideró descriptiva y se desarrolló mediante el enfoque cuantitativo de tipo no experimental. Se diseñó como instrumento de investigación un cuestionario que fue aplicado a 120 visitantes y turistas del corredor Zempoala – Playa Chachalacas, se realizaron gráficas y tablas para la interpretación de los datos, por medio de los cuales se concluye la necesidad de hacer una revisión y una diversificación de la oferta turística que actualmente ofrece el corredor a turistas y visitantes, se proponen recomendaciones para la administración municipal actual a fin de contribuir en la afluencia de turistas y visitantes al corredor Zempoala - Playa Chachalacas.

Trabajo presentado el 10 de febrero de 2016

LGAC: Gestión Pública
Temática: Planeación Estratégica
Director-Tutor: M.A. Daniel Olivera Gómez
Campus: Xalapa

Diagnóstico para identificar los factores de motivación prevalecientes en el contexto laboral de los trabajadores de una empresa privada, desde una perspectiva tridimensional

Liliana González Ortigoza

La motivación interviene en todos los ámbitos de la vida humana como aquello que impulsa a realizar algún deseo, necesidad u objetivo. Constituye un valor humano universal de gran trascendencia para las personas y la sociedad en general. Además, es un elemento importante del comportamiento organizacional, ya que ayuda a entender la conducta en general del trabajador, permitiéndole sentirse mejor respecto a lo que hace y estimulándolo a que trabaje mejor para el logro de los objetivos propios y de la organización. Esta investigación se enfocó en realizar un diagnóstico dividido en tres dimensiones: individuo, grupo y organización, para identificar los factores de motivación en los trabajadores de una empresa privada, guiado por la pregunta de investigación: ¿Cuáles son los factores de motivación prevalecientes en el contexto laboral de los trabajadores de la empresa Mole "Xiqueño", desde una perspectiva tridimensional? Por tanto, el objetivo general fue determinar los factores de motivación prevalecientes en el contexto laboral de los trabajadores de la empresa Mole "Xiqueño", desde una perspectiva tridimensional. La investigación fue básica, y no experimental, la fuente de información fue directa en campo. El alcance de la investigación fue de tipo descriptivo, además de tener un enfoque cuantitativo. Se presentan los resultados conforma las tres dimensiones abordadas: individual, grupal y organizacional.

Trabajo presentado el 14 de enero de 2016

LGAC: Gestión Empresarial
Temática: Recursos Humanos
Directora-Tutora: Mtra. María Elena Pensado Fernández
Campus: Xalapa

Proceso y normativa para la emisión de deuda en los municipios del Estado de Veracruz’

Christian Antonio López Martínez

Durante las últimas décadas, los gobiernos locales mexicanos han acrecentado la importancia de proporcionar a sus habitantes los servicios esenciales para satisfacer las necesidades ciudadanas a fin de lograr el desarrollo económico, social y cultural del mismo. Para lograr las tareas de mayor relevancia para un gobierno local, se puede resaltar que existen algunas limitaciones como los aspectos financieros, por lo que en algunos casos los municipios tienden a buscar financiamiento para poder cumplir con sus actividades. Este trabajo tiene como objetivo, presentar el proceso y características para la emisión de deuda aplicable a los municipios, del estado de Veracruz, dicho proceso puede ser una opción más de financiamiento, considerando la normativa existente para tal fin. Es una investigación documental con el objetivo de dar a conocer a los interesados de la existencia de este financiamiento y el proceso a seguir para allegarse de éste. El trabajo consta de cuatro capítulos. El primero, enmarca los aspectos metodológicos, como la justificación del trabajo, el planteamiento del problema, los objetivos y el tipo de investigación que se realizó. El segundo, hace hincapié en la importancia y elementos primordiales de los gobiernos municipales, se menciona su marco regulatorio, partiendo de leyes federales, estatales y concluyendo en las municipales. Se describe el concepto de municipio como entidad pública con opción de emitir deuda para su financiamiento, sus atribuciones, la hacienda municipal, para concluir en dicho capitulo con la estructura de ingresos y el presupuesto de egresos municipal. El tercero presenta, aspectos generales y definiciones de finanzas públicas, la normatividad del financiamiento público, así como algunas de las opciones de financiamiento más relevantes con las que cuentan los municipios para su acceso. El ultimo, describe el proceso de emisión de deuda por parte de los gobiernos locales, desarrollándolo en dos apartados, el uso general de deuda y la emisión de deuda bursátil, detallando los elementos y partícipes del proceso, también se indican los instrumentos de financiamiento comúnmente usados, así como las ventajas y desventajas en el uso de este tipo de deuda. Finalmente, se exponen las conclusiones, recomendaciones y propuestas que emanan de los resultados obtenidos del presente trabajo.

Trabajo presentado el 20 de noviembre de 2015

LGAC: Gestión Pública
Temática: Finanzas
Directora-Tutora: M.A. Martha Oliva Zárate
Campus: Xalapa

La alineación entre las etapas de programación y presupuestación del Presupuesto basado en Resultados de la Universidad Interserrana del Estado de Puebla – Chilchotla

Rafael Meneses Jimarez

Los entes públicos en México, enfrentan el reto de eficientar el manejo del recurso monetario que se les asigna. Para lograrlo, se han realizado una serie de reformas a los procedimientos presupuestales, generando un concepto conocido como Presupuesto basado en Resultados. Este concepto es parte de la llamada Nueva Gestión Pública, tendencia a nivel internacional que asegura incorporar las mejores prácticas en materia de administración pública. Sin embargo, existen síntomas de que no se están alcanzando los objetivos deseados, lo cual ha generado estudios al respecto del presupuesto público. En este trabajo, se aborda un concepto conocido como "alineación presupuestal", el cual busca determinar qué parte de la información generada en una etapa del proceso presupuestario (programación) se traslada a la siguiente etapa (presupuestación), en un Organismo Público Descentralizado. Esta "alineación" o concordancia de la información, se consideró en este estudio como esencial para realizar las actividades institucionales de manera eficiente. El aporte principal de este trabajo fue el diseño de un instrumento de medición de la alineación presupuestal, basado en un análisis a través de razones que van determinando el porcentaje de alineación. Este instrumento es nuevo y toma como unidad mínima de información a analizar, a las actividades de trabajo programadas para lograr los fines institucionales. La lógica es sencilla: si en la etapa de programación se dice que se hará una actividad y que se desarrollará en una fecha determinada, en presupuestación se debe conocer que existe esa actividad y la fecha de realización para poder asignarle el recurso financiero apropiado. De otra forma, *no debe ser considerado*. Los resultados del estudio indican que el porcentaje de alineación es bajo, es decir, hay pérdida de información de una etapa presupuestal a otra. Las consecuencias son entendibles: las actividades no se realizan con la calidad adecuada y en el peor de los casos, no se realizan; repercutiendo en el cumplimiento de los objetivos institucionales del ente analizado.

Trabajo presentado el 10 de noviembre de 2015

LGAC: Gestión Pública
Temática: Finanzas
Directora-Tutora: M.A. Martha Oliva Zárate
Campus: Xalapa

Estudio del impacto del empaque en los bactericidas de alimentos, en la preferencia del mercado: el caso del bactericida Cromin, en el mercado local de Xalapa, Veracruz

Antonio José Del Río Galindo

En el mercado se llevan a cabo transacciones en las que las personas buscan satisfacer necesidades a través de los productos que ahí se ofrecen, los comparan, los escogen y adquieren a cambio de una cantidad de dinero. La información de las características de las personas que adquieren los productos (clientes), como por ejemplo: qué les gusta, cuánto pueden comprar, cada cuánto tiempo compran, entre otras razones; representan algunos de los elementos relevantes que se obtienen al analizar el mercado. En el caso de los bactericidas, por su naturaleza y los ciclos de compra relativamente largos, el esfuerzo por mantener un producto con una marca específica, no posicionada en la mente del consumidor, no es tarea fácil. Es necesario conocer al cliente y los usos extendidos que se le dan al producto, con la finalidad de que el bactericida pueda asociarse a productos de primera necesidad, como los comestibles crudos de origen vegetal. Para facilitar la identificación de los productos - por medio de los empaques-, se pueden aplicar algunas estrategias de producto, como son sus signos, colores, símbolos y materiales. Cuando al cliente le atrae lo que ve, y lo alcanza, lo toca, lo inspecciona, lee las instrucciones de uso y le convence; comprará el producto. Este trabajo tuvo como finalidad, describir las características que identifican al cliente que es usuario de los bactericidas para alimentos, en la ciudad de Xalapa, Ver., durante el último cuatrimestre del 2014. Además se estudiaron las preferencias del empaque, a partir de los elementos del mismo: el exhibidor, el envase, la etiqueta y la marca; en general para los bactericidas que se ofertan en el mercado y en particular para el caso del bactericida Cromin. La primera parte de este documento, presenta el referente teórico relacionado con la conceptualización del mercado y el empaque; posteriormente se expone el planteamiento del problema. En la segunda parte, se contextualiza a la micro empresa que produce el bactericida Cromin, para dar paso a la metodología utilizada y los resultados obtenidos. De esta manera se obtuvo una aproximación porcentual del 55% en los compradores que participaron, de la influencia del empaque en la compra de los bactericidas. Por otro lado, se pudo segmentar al consumidor de la marca de bactericida Cromin.

Trabajo presentado el 28 de octubre de 2015

LGAC: Gestión Empresarial
Temática: Mercadotecnia
Directora-Tutora: M.A. Beatriz Meneses Aguirre
Campus: Xalapa

Análisis de la opinión de los turistas acerca de la infraestructura del Corredor Zempoala - Playa Chachalacas

José Rafael Mejía Olivo

El Corredor Zempoala – Playa Chachalacas, localizado en la franja costera del estado de Veracruz, tiene un nivel de afluencia turística bajo, hecho que preocupa a empresarios y residentes de la zona, puesto que el turismo es la actividad que genera los principales ingresos de la región. Para realizar esta investigación se planteó que una de las posibles causas de la problemática descrita, es debido a la infraestructura turística de la mencionada zona. Para comprobarlo, se propuso analizar la opinión de los turistas con respecto al estado que ésta presenta actualmente, así como registrar los elementos que deberían ser incorporados para su disfrute y satisfacción. La investigación se consideró descriptiva y se desarrolló mediante el enfoque cuantitativo de tipo no experimental. Se diseñó como instrumento de investigación un cuestionario que fue aplicado a 106 turistas del Corredor. Posteriormente, se realizó un conjunto de gráficas y tablas que facilitaron la interpretación de los datos recabados. Como resultado, se comprobó la necesidad de mejorar e incorporar algunos elementos de infraestructura turística del Corredor Zempoala – Playa Chachalacas. Finalmente, se proponen algunas sugerencias para empresarios y autoridades gubernamentales, las cuales tienen como fin contribuir a mejorar el nivel de afluencia turística que tiene el Corredor.

Trabajo presentado el 21 de octubre del 2015

LGAC: Gestión Pública
Temática: Planeación Estratégica
Directora-Tutora: Dra. Yolanda Ramírez Vázquez
Campus: Xalapa

Estudio de Opinión acerca de los medios publicitarios y de las preferencias del cliente de tres empresas restauranteras de Xalapa, Veracruz.

Rocío Arenas Nadal

La importancia de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyME) tanto en México como en el mundo, tiene su fundamento tanto por su participación en el Producto Interno Bruto, como por su impacto social principalmente en la generación de empleos. Una de las actividades del sector terciario de mayor relevancia en nuestro país es el turismo y las empresas restauranteras generalmente (MiPyME), son parte fundamental de la prestación de este servicio. Los restaurantes se enfrentan con una cada vez mayor competencia influida entre otros aspectos, por los cambios tecnológicos y económicos, por ello, la mercadotecnia se ha convertido en una de las funciones prioritarias de las organizaciones, considerando que se encuentra íntimamente relacionada con el conocimiento profundo del mercado que se atiende. En este trabajo de investigación, se propuso como objetivo general identificar las características, las preferencias y la percepción de los clientes acerca de los servicios brindados y de los medios publicitarios utilizados en tres empresas restauranteras del sector PyME de la ciudad de Xalapa, Veracruz. Los resultados obtenidos señalan que las características de los clientes varían de acuerdo al restaurante, y aun cuando fueron de la misma especialidad (carnes), suelen variar tanto las edades, como la manera y el motivo por el que acuden a ellos. En cuanto a la percepción de la mayoría de los clientes acerca del servicio que ofrece el sector restaurantero en general, resultó positiva, destacando la sazón de los alimentos y el trato amable por parte del personal, como motivos para volver al lugar. Respecto a los medios publicitarios, se puede destacar que no es la principal fuente de influencia para que los consumidores decidan acudir a un restaurante, pero sí contribuye a colocarlos y mantenerlos en la mente de los clientes primerizos u ocasionales, con la posibilidad de convertirlos en clientes frecuentes. El medio publicitario más conocido fue el espectacular, pero la recomendación de familiares, amigos y clientes fue la principal forma por la que conocieron el restaurante visitado

Trabajo presentado el 8 de octubre del 2015

LGAC: Gestión Empresarial
Temática: Mercadotecnia
Directora-Tutora: Dra. Teresa García López
Campus: Xalapa

Diagnóstico del Clima Organizacional en una dependencia gubernamental, período de estudio 2014-2015

María de los Ángeles Rizo Pozos

Considerar al clima organizacional y a la motivación como elementos fundamentales que tienen una marcada influencia en el desempeño de los individuos y, por tanto, en el logro de los objetivos de la organización, llevó a la realización de un estudio relacionado con la situación prevaleciente de ambos conceptos en una entidad pública. Se revisó el fundamento teórico y empírico de diversos autores que abordan ambos constructos, para posteriormente, determinar los elementos conformadores tanto del clima organizacional como de la motivación que podrían incidir en los trabajadores de la entidad considerada. Para ello, se obtuvo información de los colaboradores mediante el diseño y la aplicación de un cuestionario integrado por 58 *ítems* para analizar el clima organizacional y 41 *ítems,* para el estudio de la motivación, considerando en ambos casos, una escala tipo *Likert*. Así mismo, se aplicó una entrevista focalizada al Jefe de Oficina para conocer su perspectiva. En función de lo anterior, se diagnosticó la situación prevaleciente de ambas variables en la dependencia objeto de estudio, y se determinó la relación entre ellas; resultando deficientes algunas de sus dimensiones en su evaluación. A partir de ello, se diseñaron acciones para la mejora de los elementos que las conforman. Para el análisis de los datos, se utilizaron las herramientas que provee el *Stastical Package for the Social Sciences* (SPSS) y *Microsoft Office Excel*

Trabajo presentado el 1 de octubre del 2015

LGAC: Gestión Pública
Temática: Recursos Humanos
Directora-Tutora: M.A. Ana María Díaz Cerón
Campus: Xalapa

Diagnóstico situacional, identificación de brechas de actuación y propuesta de mejora del Hotel Gran Santiago Plaza Confort

Rosa Aidee Camino Cancino

En el presente trabajo se reportan los resultados de un estudio llevado a cabo para el Hotel Gran Santiago Plaza Confort, el cual se encuentra ubicado en una de las regiones más bellas del país y con gran potencial turístico: la región de Los Tuxtlas en el estado de Veracruz. Por sus características y ubicación, el Hotel pudiera ser considerado como una operación turística de gran potencial, que bien gestionado puede alcanzar niveles de crecimiento muy importantes y, con ello, prestar un servicio de calidad a los visitantes; lo que redundaría no solamente en la generación de beneficios para las comunidades de la región al fomentar empleo bien remunerado y desarrollo de las mismas, a través del incremento en el turismo, sino también, un posible mejoramiento en el nivel de utilidades para los accionistas. Por ello, el presente estudio a través de un diagnóstico integral que consideró las opiniones de clientes, competidores y directivos principalmente, pretendió identificar posibles brechas de actuación y, a partir de ello, diseñar propuestas de mejora para el Hotel Gran Santiago Plaza Confort. Se busca que la empresa, a partir de las brechas de actuación identificadas, establezca una forma de gestión acorde a los requerimientos de un hotel competitivo a nivel nacional e internacional, lo que llevó nos llevó a proponer el establecimiento de una forma de gestión basada, no solamente en la planeación estratégica sino también financiera, que permita a los directivos, delimitar con una orientación clara, las diversas acciones que deben ser realizadas para obtener mejores resultados en cada una de las áreas funcionales de la empresa, así como brindar un servicio de calidad a sus clientes y con ello, logar ser el mejor en la región de los Tuxtlas, con ventajas competitivas importantes con relación a los competidores de nivel nacional e internacional.

Trabajo presentado el 17 de septiembre del 2015

LGAC: Gestión Empresarial
Temática: Planeación Estratégica
Director-Tutor: Dr. Jorge Ramírez Juárez
Campus: Xalapa

La Política Económica y la Situación Actual de la Industria Automotriz Mexicana

Josué Trujillo Sánchez

La industria automotriz en México, es de gran importancia en la economía nacional, el volumen de las exportaciones que en el año 2012 superó a las exportaciones petroleras, dan señal de la importancia y el potencial de esta industria para el desarrollo económico y de competitividad en el ámbito internacional. Esta investigación tuvo como objetivo describir la influencia de la política económica de nuestro país, en la competitividad de la industria automotriz mexicana, considerando aspectos como: el empleo, la producción, las inversiones y la infraestructura. Entre los objetivos específicos destaca: analizar los factores que inciden en la industria automotriz mexicana, identificar los mecanismos de mayor relevancia en materia de comercio automotriz, describir la producción nacional y de exportación, la evolución que ha determinado la competitividad actual de la industria en el mercado internacional, analizar la Inversión Extranjera Directa (IED) del sector y las perspectivas de inversión a mediano plazo, así como identificar las características de la infraestructura de la industria automotriz en México, conocer las zonas geográficas de mayor relevancia en materia automotriz y describir la situación en investigación, desarrollo e innovación que permiten el actual desempeño de dicha industria en México. El estudio parte de la necesidad de dar a conocer las políticas e instrumentos que el Estado está aplicando a esta industria, ya que se encuentra en un proceso de transformación, orientado hacia el exterior mediante un enfoque de competitividad que le permita ser protagonista en el sector automotriz, considerando aspectos como la política económica, el empleo, la producción, la inversión y la infraestructura. Como aportación, se pretendió dar a conocer la situación actual que atraviesa la industria, así como la importancia en la economía nacional y su papel en el ámbito internacional. El trabajo se desarrolla en cuatro capítulos, el primero describe el marco teórico-conceptual, que sienta las bases del trabajo, en el segundo capítulo se describe el contexto actual de la industria automotriz en México, el tercer capítulo detalla la metodología utilizada y el desarrollo del trabajo, así como el análisis y la interpretación de los factores analizados, así como los resultados del trabajo, por último, se enlistan las conclusiones y recomendaciones que derivaron de los resultados de la investigación.

Trabajo presentado el 10 de junio del 2015

LGAC: Gestión Empresarial
Temática: Planeación Estratégica
Director-Tutor: Francisco Javier Meléndez Hernández
Campus: Xalapa

Propuesta de un Sistema Informático para el Control Interno de los Bienes Muebles. Caso Departamento de Medios Audiovisuales de la Universidad Veracruzana

Pastor Gerardo José Medina Reyes

En este documento se presenta el proceso metodológico usado para el diseño de una propuesta de sistema de información que brinde soporte a las actividades de control interno de los bienes muebles que forman parte del patrimonio de una entidad. Como parte del sustento metodológico, se inició conceptualizando al bien mueble patrimonial como un activo físico que posee derechos de propiedad, duración y funcionalidad mayores a un año; el cual, independientemente de su ponderación económica, representa una inversión con respecto a la producción y/o a la prestación de servicios, dentro y fuera de las instalaciones propias a una organización pública. A continuación, se abordó a los sistemas de información como un componente, que en su desarrollo puede usar un modelo en cascada denominado como ciclo de vida, que va desde la planeación hasta su implementación. Posteriormente, se efectuó un breve reconocimiento del marco situacional que rodea al caso de estudio; particularmente, dentro de una dependencia cuya razón de ser radica en la difusión audiovisual del conocimiento y de las actividades generadas en la Universidad Veracruzana. Una vez especificado el contexto de aplicación, los esfuerzos se concentraron en dos fases del modelo señalado. Primero, se analizó el marco normativo que incide en los procesos establecidos para el control de estos bienes, examinando los requerimientos que muestran los usuarios al momento de obtener información desde el sistema institucional destinado a dar apoyo en dicho ámbito. En segundo lugar, se emprendió el desarrollo de un prototipo para un sistema de información que facilitara la compatibilidad de los bienes muebles previamente capturados con aquellos de nueva incorporación por medio del uso y de la aplicación de un software de base de datos relacional denominado Microsoft Access 2013; de igual manera, se agregaron otros campos para complementar su información, se añadió una opción para llevar a cabo el registro de sus verificaciones físicas y, finalmente, se diseñaron reportes alternativos que dieran cabal atención en un futuro a las necesidades de los usuarios previamente detectadas. En último lugar, se pronunciaron algunas consideraciones y conclusiones ante una eventual implantación y continuidad de la propuesta aquí documentada, tanto en el departamento estudiado como en otras dependencias que integran a la institución, que llegasen a requerirlo.

Trabajo presentado el 27 de marzo del 2015

LGAC: Gestión Pública
Temática: Organización y Sistemas
Directora-Tutora: Dra. Teresa García López
Campus: Xalapa

El clima organizacional y su relación con la motivación del personal en una dependencia de Educación Media del Estado de Veracruz.

Nadia Consuelo Sánchez Grajales

Considerar al clima organizacional y a la motivación como elementos fundamentales que tienen una marcada influencia en el desempeño de los individuos y, por tanto, en el logro de los objetivos de la organización, llevó a la realización de un estudio relacionado con la situación prevaleciente de ambos conceptos en una entidad pública. Se revisó el fundamento teórico y empírico de diversos autores que abordan ambos constructos, para posteriormente, determinar los elementos conformadores tanto del clima organizacional como de la motivación que podrían incidir en los trabajadores de la entidad considerada. Para ello, se obtuvo información de los colaboradores mediante el diseño y la aplicación de un cuestionario integrado por 58 *ítems* para analizar el clima organizacional y 41 *ítems*, para el estudio de la motivación, considerando en ambos casos, una escala tipo Likert. Así mismo, se aplicó una entrevista focalizada al Jefe de Oficina para conocer su perspectiva. En función de lo anterior, se diagnosticó la situación prevaleciente de ambas variables en la dependencia objeto de estudio, y se determinó la relación entre ellas; resultando deficientes algunas de sus dimensiones en su evaluación. A partir de ello, se diseñaron acciones para la mejora de los elementos que las conforman. Para el análisis de los datos, se utilizaron las herramientas que provee el Stastical Package for the Social Sciences (SPSS) y Microsoft Office Excel 2007.

Trabajo presentado el 27 de marzo del 2015

LGAC: Gestión Pública
Temática: Recursos Humanos
Directora –Tutora: MA Ana María Díaz Cerón
Campus: Xalapa

Estrategias de mercadotecnia para apoyar el desarrollo y crecimiento de las microempresas de la ciudad de Xalapa, Veracruz

Rosalino Zárate Zapata

El presente trabajo contiene el estudio de un grupo de microempresas de las tres principales actividades económicas que más aportan a la economía de la ciudad de Xalapa Veracruz, México, en cuanto a total de unidades de negocio y de personal ocupado. Esta ciudad presenta características particulares, su economía se basa principalmente en el comercio y los servicios, es capital del estado de Veracruz y, por lo tanto, sede de instituciones educativas y de gobierno. Las analizadas pertenecen a los siguientes giros o actividades económicas: comercio al por menor en tiendas de abarrotes, ultramarinos y misceláneas; restaurantes de autoservicio, comida para llevar y otros restaurantes con servicio limitado y finalmente, reparación mecánica y eléctrica de automóviles y camiones. Estos giros son vitales para la dinámica económica no sólo de la ciudad sino de la región, por lo que se abordaron para conocer sus características y realizar un análisis de las estrategias de mercadotecnia que aplican, esto como un medio para alcanzar la consolidación en el mercado y, en consecuencia, para lograr un mayor crecimiento. En este estudio también se obtuvo información de los clientes, con el fin de realizar un contraste entre ambos resultados y poder obtener convergencias o diferencias que finalmente sirvieron como base para realizar una propuesta de estrategias mercadológicas que incidan positivamente en el desarrollo y el crecimiento de dichas microempresas. Las estrategias fueron diseñadas de acuerdo al contexto, características y limitantes de cada una, por lo que cada una atiende principalmente a la factibilidad de aplicación, asimismo, por cada uno de los planes de acción propuestos, se señalan los objetivos, así como las tácticas sugeridas para su ejecución.

Trabajo presentado el 26 de marzo del 2015

LGAC: Gestión Empresarial
Temática: Mercadotecnia
Directora –Tutora: Dra. Milagros Cano Flores
Campus: Xalapa

Estudio de mercado para la creación de una empresa fabricante de chocolate negro artesanal de mesa, en Xalapa, Veracruz

Inés Jacinto Hernández

La alta competitividad impuesta por el comercio global precisa que la creación de una empresa no solo se base en una idea original sino también en el conocimiento profundo del mercado. Este fue el dilema que se enfrentó con el proyecto de fundación de una empresa fabricante de chocolate artesanal de mesa en Xalapa, Veracruz, en virtud de lo cual como condicionante a su creación, se realizó un estudio de mercado. El estudio buscó trascender el aspecto más tangible del producto al considerar los valores intangibles que tienen que ver con su origen prehispánico y la cultura nacional. Los objetivos específicos del estudio fueron: estudiar las características que identifican a los consumidores actuales y potenciales de chocolate de mesa para determinar el mercado meta, identificar principales competidores, sus factores críticos de éxito y estrategias, así como definir los productos y servicios a ofrecer, su precio y volumen de ventas esperado. Para ello se obtuvieron datos de fuentes primarias y secundarias. Se estimó una muestra representativa del 'consumidor final del producto' con base en lineamientos estadísticos. Su diseño atendió bases geográficas, demográficas y psicográficas (individuos de 25-64 años, ambos sexos, de estratos económicos medio y alto). La investigación de campo relativa a consumidores e intermediarios (restaurantes, cafeterías) se hizo a través de encuestas y la de empresas competidoras mediante entrevistas focalizadas. Los instrumentos de investigación (cuestionarios) fueron validados por expertos. Los resultados destacan logros en identificación, delimitación y definición del perfil del mercado meta, conocimiento sobre beneficios esperados por el mercado en relación con el producto, precio y demanda estimada de venta e identificación de nuevos usos y segmentos de mercado para el producto. Concretamente se evidenció apetencia por el producto de fabricación artesanal y origen mexicano y alto aprecio por su identidad cultural, con expectativas sobre la calidad de su contenido y presentación. Ello permitió visualizar, más allá del caso específico de estudio, la potencialidad de articulación de otros productos regionales poseedores de identidad cultural con mercados como dupla dinamizadora de desarrollo socio-económico.

Trabajo presentado el 27 de febrero de 2015

LGAC: Gestión Empresarial
Temática: Planeación Estratégica
Director-Tutor: Dr. Jorge Ramírez Juárez
Campus: Xalapa

Estudio descriptivo de la Gestión Cultural en la Universidad Veracruzana. Caso Tlen-Huicani y Ballet Folklórico. Periodo de estudio 2011-2013

Franchesca Filobello Arauz

Hoy en día, en el marco de la globalización, la sociedad se encuentra ante una gran cantidad de productos ideológicos y culturales. No obstante las bondades de este fenómeno mundial, no se debe olvidar el origen de cada pueblo ni su esencia. Ello, precisa prestar atención a las actividades que fomenten el fortalecimiento de la identidad cultural, donde el folklor es uno de los principales elementos de cada uno de los grupos sociales de cada país o región. En este sentido, se ha podido observar que existen diversas instituciones gubernamentales que están tratando esta problemática, y que por medio de la Gestión Cultural han contribuido principalmente a las labores de rescate, preservación y difusión de las tradiciones culturales. En este marco, la Universidad Veracruzana ha llevado a cabo una gran cantidad de programas y acciones que coadyuvan las labores antes descritas, a través de tareas de Difusión Cultural. El presente estudio, trata de reinterpretar las percepciones de los participantes directos en el fenómeno de estudio, es decir, se tomaron en cuenta las opiniones de diferentes actores como son los directivos del área encargada de tales actividades, en ese momento, así como las de los directores artísticos y ejecutantes de cada uno de los grupos artísticos pertenecientes a dicha universidad. Es un estudio que trata de explicar el fenómeno, por lo que es de carácter descriptivo, recurriendo a técnicas de observación y entrevista para la recolección de datos, y la teoría fundamentada para el análisis e interpretación de los mismos. Como resultado, se explica un esquema de Gestión Cultural para el quehacer de los grupos artísticos estudiados en el cual se describe, bajo el enfoque de la teoría de sistemas, su funcionamiento. Como parte final, la autora de esta investigación hace una serie conclusiones derivadas de la información encontrada; además, señala algunas recomendaciones con la finalidad de contribuir a la mejora de la actividad de Gestión Cultural dentro de la Universidad Veracruzana.

Trabajo presentado el 10 de diciembre de 2014

LGAC: Gestión Pública
Temática: Recursos Humanos
Director-Tutor: Dr. Juan Manuel Ortiz García
Campus: Xalapa

Análisis Descriptivo de la Profesionalización del Servidor Público en la Nueva Gerencia Pública en una entidad gubernamental del Estado de Veracruz

Gabriela Rosas Rosales

Con el fin de lograr la calidad profesional en los servidores públicos surgió la inquietud de analizar el escenario predominante en las instituciones gubernamentales, distinguiendo los factores de la Nueva Gerencia Pública (NGP) y del Profesionalismo, teniendo como prioridad crear una nueva cultura en el servidor público, basada en el incremento de sus capacidades, compromisos y experiencias, donde se favorezca a la capacitación, y los ascensos basados en los méritos. Asimismo se abordan conceptos, definiciones y modelos relacionados con la adecuada formación de los Servidores públicos, tales como Servicio Civil de Carrera, Nueva Gerencia Pública y Profesionalismo, considerando al factor humano como punto clave del presente estudio, ya que resulta indispensable para fortalecer, renovar y modernizar la administración pública y así brindar servicios de calidad, sin embargo, esto resulta un gran reto para superar, el cual requiere de la partición conjunta del gobierno, los servidores públicos y la sociedad civil. También se describe brevemente la situación de la Secretaría de Comunicaciones (SECOM) considerando que todas las instituciones exigen un proceso de cambio en la forma de pensar de los servidores públicos que la conforman, para un mejor desempeño y aprovechamiento de los recursos públicos, así como de quienes hacen uso de los servicios públicos para exigir racionalmente un mejor servicio. Se concluye que hoy en día, en la dependencia donde se realizó el presente estudio denominada SECOM, misma que ha cambiado su nomenclatura haciéndose llamar Secretaría de Infraestructura y Obras Públicas (SIOP), existen algunas modificaciones referentes a la NGP, con implementaciones específicamente en las TIC, y con miras a una mejora en el personal, encaminándolo a una actualización y preparación permanente.

Trabajo presentado el 28 de octubre de 2014

LGAC: Gestión Pública
Temática. Recursos Humanos
Director-Tutor: Dr. Alejandro José Saldaña Rosas
Campus Xalapa

Descripción del bienestar de los ejidatarios del ejido Juchique, del municipio de Juchique de Ferrer, Veracruz, México

Gonzalo Ortega Pineda

El trabajo de investigación, tuvo como propósito elaborar una descripción del bienestar de los ejidatarios del ejido de Juchique de Ferrer, el cual se encuentra localizado en el municipio de Juchique de Ferrer, Veracruz, México. Para la realización del trabajo se utilizó un enfoque cuantitativo de carácter diagnóstico bajo un diseño no experimental transversal, con un alcance descriptivo; para la recolección de datos se utilizó un cuestionario, el cual engloba las dimensiones del bienestar (Ingreso, vivienda, salud y educación). Para dar veracidad a los resultados, se realizó un censo, por lo que no se requirió hacer algún procedimiento para la conformación de una muestra. Los resultados obtenidos fueron procesados en una hoja del programa Excel TM. Los resultados de la investigación son presentados por dimensión, iniciando con el ingreso, en el que se describe como está conformado el ingreso del ejidatario, con las cantidades que dispone para cubrir sus necesidades, posteriormente se hace la descripción de las características de la vivienda, para dar paso a una descripción de la salud física de los ejidatarios, lo cual ayuda a comprender si el ejido cuenta con personas sanas o no y, finalmente, se describe la dimensión de educación, esto fue la pauta para describir el grado de educación académica que tienen los ejidatarios y, al mismo tiempo, detectar sus necesidades, para que puedan mejorar su bienestar. Los referentes teóricos, ayudaron para la elaboración de las discusiones, haciendo una relación con los resultados obtenidos, para dar paso a las conclusiones, las cuales muestran, cómo los ejidatarios deben hacer uso de otras estrategias diferentes al trabajo en el campo para poder cubrir sus necesidades. El trabajo concluye con las contribuciones a investigaciones futuras sobre la importancia de llevar a cabo el estudio del bienestar de otros ejidos, ya que el municipio solo cuenta con datos generales.

Trabajo presentado el 27 de octubre de 2014

LGAC: Gestión Pública
Temática: Planeación Estratégica
Director-Tutor: Mtro. Adolfo Fernández Torres
Campus: Xalapa

El trabajo colaborativo mediante el uso de las TIC: una propuesta para el seguimiento de los Proyectos Estratégicos de una entidad pública

Oscar Valencia Aguilar

El presente documento muestra los resultados de una investigación no experimental, transeccional, descriptiva, desarrollada *in situ*, denominada: el trabajo colaborativo mediante el uso de las TIC: una propuesta para el seguimiento de los Proyectos Estratégicos de una entidad pública. El objetivo principal fue proponer una estrategia que facilitará el seguimiento de los Proyectos Estratégicos de la Oficialía Mayor de la Secretaría de Educación de Veracruz mediante el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), fundamentada en el Gobierno Electrónico y las nuevas tendencias tecnológicas como la Web 2.0. Mediante un censo se aplicó un cuestionario de 40 preguntas al personal operativo y expertos en el tema de los Proyectos Estratégico,s a través del cual se obtuvo información de la variable principal: Factibilidad de la implementación del trabajo colaborativo mediante el uso de TIC y sus dos dimensiones: a) factibilidad operativa y b) factibilidad técnica. Una vez que se levantó la información, y con el apoyo de programas informáticos, se analizó la misma mediante gráficas y tablas; además, se aplicó la Metodología de Marco Lógico para analizar en su conjunto la viabilidad del proyecto. Se revisaron las dos factibilidades y se consideró que es pertinente generar nuevos procedimientos, como parte de una estrategia de Gobierno Electrónico innovador en el sector educativo de Veracruz, considerando que existen las condiciones necesarias para su implementación, a saber: el apoyo a proyectos innovadores, existencia de políticas públicas de apoyo y la infraestructura mínima para que sea puesta en marcha. Por lo anterior, se propone el desarrollo de una herramienta tecnológica orientada a la realización del trabajo colaborativo mediante el uso de TIC –que se implemente en plazos y etapas– la cual permita trabajar de manera conjunta especificando y detallado las acciones y logros de los Proyectos Estratégicos de manera permanente en cada reunión de trabajo que se lleve a cabo, siempre y cuando tenga los permisos y los candados necesarios. Así mismo, se formulan algunas consideraciones relevantes para la implementación de la propuesta.

Trabajo presentado el 27 de junio de 2014

LGAC: Gestión Pública
Temática: Organización y Sistemas
Directora-Tutora: Dra. Teresa García López
Campus: Xalapa

Estudio de factores que permean el uso del comercio electrónico como herramienta de comercialización en las PyME y la cultura de compras por internet en la población de Xalapa, Veracruz

Juan Carlos Tello Prior

El presente documento contempla una evaluación de factores que permean la utilización del comercio electrónico en las Pequeñas y Medianas Empresas (PyME) de la localidad de Xalapa Veracruz realizada en el período comprendido en los años del 2009 al 2011, evaluada desde sus dos actores clave de interacción, en primera instancia los clientes a través de su cultura de compra-venta por Internet y las variables que acrecientan o decrecen a la misma y, en segunda instancia, a través de la medición del uso del comercio electrónico como herramienta de comercialización desde el criterio estipulado por los empresarios y/o directivos encargados de la gestión de estas empresas. La metodología seguida para el desarrollo de la investigación consistió en recopilación de información en campo a través de encuestas dirigidas hacia los dos sujetos de estudio comentados; compradores (medida a través de la población en general) y vendedores (a través de las expectativas de los líderes organizacionales), gracias a sus resultados se pudo verificar la situación del comercio electrónico en la ciudad, que permitió generar una serie de propuestas y/o recomendaciones para aquellos interesados en su puesta en práctica tanto como demandante y/u oferente. El estudio se encuentra basado en un trasfondo de tipo B2C (*Business to Consumer*) debido a los sujetos de estudio de la investigación, por lo que los resultados refieren a la relación que tienen ambos sujetos de acuerdo a las variables de investigación presentadas. La justificación del mismo se encuentra basada en la importancia que adquiere esta modalidad de ventas con el paso del tiempo entre la población urbana, contrarrestada con la implantación de la misma como metodología y herramienta de ventas dentro de las empresas de la tipología (PyME). Sustentado en los resultados del presente estudio, se denota un bajo interés de los sectores empresariales de la categoría evaluada, respecto al comercio electrónico basado en los estándares de conocimiento y deseo de aplicación de las Tecnologías de Información en sus procesos, aunados a la cultura de compra-venta en línea adquirida por los evaluados, dejando una oportunidad latente de mercado para aquellos interesados en la implantación de esta modalidad de comercialización.

Trabajo presentado el 21 de febrero de 2014

LGAC: Gestión Empresarial
Temática: Mercadotecnia
Directora-Tutora: Dra. Milagros Cano Flores
Campus: Xalapa

El Coaching como herramienta en el desarrollo de habilidades para la toma de decisiones y la consolidación de competencias en los estudiantes de Ingeniería Química de la Universidad Veracruzana, zona Xalapa.

José Luis Dorantes Gómez

El presente trabajo está dirigido a proponer algunos lineamientos operacionales para la utilización del "Coaching" en la educación, como estrategia para alcanzar el éxito durante la etapa de desarrollo y culminación de los estudios. Este trabajo aborda uno de los elementos clave de los estudios de licenciatura: la metodología, puesto que una de las finalidades fundamentales es proporcionar formación metodológica que le permita al estudiante ir alcanzando sus objetivos, a corto plazo, en el área específica de estudio. Sin embargo, sabemos que en muchos casos, la elección de sus experiencias educativas y la culminación de las mismas, no siempre se alcanza de manera satisfactoria o en el tiempo que se había planeado. Es por ello, que se hace necesaria la búsqueda de estrategias que permitan potenciar la culminación de sus estudios en el tiempo planeado. Para tal efecto, se hizo una recopilación de diversas fuentes sobre conceptos y aplicaciones del "Coaching", no solamente en el área educativa, sino en todos los ámbitos (industrial, producción, deportivo, etc.), pero que presentándolos de forma precisa, clara y con un vocabulario entendible para cualquier público, de modo que cuando algún lector se interese en el trabajo pueda aplicarlo fácilmente Con la realización de este trabajo se pretende mostrar los beneficios del "Coaching" como metodología de trabajo en las tutorías de la Facultad de Ingeniería Química, organizándose de la siguiente manera: En el capítulo uno, se aprecia una introducción en el "Coaching", se analiza su origen, además de establecer el importante papel que juega el entorno en el cual se desarrolla, también se visualiza lo que se espera obtener de su técnica, esto es, las ventajas de usarlo en la actualidad. El capítulo dos, muestra la situación actual de la educación superior en la Universidad Veracruzana, centrándose en la Facultad de Ingeniería Química, zona Xalapa; se da un panorama general de la facultad, del modelo educativo y de los aspectos administrativos con los que los estudiantes se enfrentan. El capítulo tres se enfoca a mostrar el estudio de campo, metodología de trabajo, análisis e interpretación, a tres encuestas aplicadas: a los estudiantes, a los tutores y nuevamente a los estudiantes, pero de diferente generación, ya que se compararan las metodologías aplicadas en las tutorías y la metodología del "Coaching" aplicado a una generación.

Trabajo presentado el 6 de diciembre de 2013

LGAC: Gestión Pública
Temática: Administración Educativa
Director-Tutor: Dr. Reidar Jensen Castañeda
Campus: Xalapa

Estudio de la relación entre el *Engagement* y la rotación de personal en una cadena de cafeterías, ubicadas en la ciudad de Xalapa - Enríquez, Veracruz, México, en el período octubre de 2012 - marzo de 2013

Claudia de Monserrat García González

Esta tesis se realizó con el propósito de conocer si existe relación entre el grado de *Engagement* con la rotación de personal en la cafetería Bola de Oro, que brindó la oportunidad de realizar dicha investigación en sus sucursales ubicadas en: Plaza Crystal, Plaza Museo, Araucarias, los Sauces, Ávila Camacho, San José y en la Avenida 20 de Noviembre. Se aplicó un cuestionario mensualmente a los empleados de las siete cafeterías, éste fue elaborado con treinta y dos preguntas, divido en tres secciones. En la primera sección se obtuvieron datos personales de los colaboradores, la segunda sección se enfocaba a datos laborales y en la tercera sección se aplicaba el cuestionario *Utrecht Work Engagement Survey,* que proporciona información sobre el nivel de *Engagment* laboral. El cuestionario mencionado anteriormente, se aplicó seis veces a los empleados de cada sucursal, con la intención de observar la variación que tienen los empleados sobre la percepción de su lugar de trabajo y el medio que los rodea, el período de aplicación fue de octubre de 2012 a marzo de 2013. En el mismo período se obtuvieron los índices de rotación de personal en cada sucursal, así como de forma general, de dicha manera fue posible realizar un análisis del comportamiento de las entradas y salidas (rotación) de personal durante los seis meses. Se obtuvieron resultados interesantes, la hipótesis de trabajo se rechazó debido a que existe una relación lineal negativa, de intensidad muy baja y no significativa, entre el grado de presencia del *Engagement*, y el índice de rotación de personal de las sucursales de la Cafetería Bola de Oro, por lo que se concluye que el grado de *Engagement* no es un factor relacionado con la rotación de personal. También se obtuvo información relevante, el género masculino mostró tener un nivel de *Engagement* más alto que el femenino, las personas mayores de 45 años manifiestan tener nivel más bajo que personas jóvenes, entre otros resultados interesantes mencionados en la tesis.

Trabajo presentado el 24 de octubre de 2013

LGAC: Gestión Empresarial
Temática: Recursos Humanos
Director-Tutor: Dr. Jesús Escudero Macluf
Campus: Xalapa

Marketing Ecológico: Propuesta para mejorar la Sustentabilidad de cuatro PyME de los Sectores Industrial, Comercio y Servicios, de la ciudad de Xalapa, Veracruz

María Esther Villegas Díaz

Este trabajo es el resultado de una investigación realizada en cuatro empresas del sector PyME[1] (del giro industrial, comercio y servicios), ubicadas en la ciudad de Xalapa, Veracruz, México, y tuvo como objetivo diseñar una propuesta de Marketing Ecológico orientada a mejorar los índices de sustentabilidad de las mismas, los diferentes campos de aplicación en la empresa, los beneficios de la creación de un Plan de Responsabilidad Empresarial (RSE) y un Plan de Comunicación Sostenible, así como los impactos positivos que traería a la sociedad y al medio ambiente. El uso del Marketing Ecológico se halla estrechamente ligado al desarrollo sostenible, ya que equivale a optimizar tres objetivos: crecimiento económico, equidad social y valor ecológico. El desarrollo de productos y/o servicios respetuosos con el medio ambiente es la clave para reducir el impacto negativo en éste, es decir, se pueden realizar diversas acciones para disminuir el impacto ambiental de las empresas, y una de ellas es el uso del Marketing Ecológico desde un punto de vista estratégico, y antes de dar este paso, la empresa debe de adoptar prácticas socialmente responsables. Para alcanzar la Sustentabilidad se propone que de forma voluntaria, las PyME desarrollen programas de Responsabilidad Social y actúen en conjunto con sus grupos de interés (*stakeholders*) con el fin de comunicar las actuaciones y proyectos que éstas realicen a través del Marketing Ecológico; bajo este ideal se pueden crear así empresas comprometidas con la sociedad y medio ambiente. Por último, se puede concluir que este estudio permitió analizar cuatro pequeñas empresas con el fin de indagar su situación en el ámbito de la RSE y la Sustentabilidad, lo que permitió visualizar que aún falta mucho trabajo por hacer, pero se puede empezar por mejorar este aspecto con la generación de acciones y/o programas que las PyME pueden llevar a cabo mediante una adecuada planificación.

Trabajo presentado el 23 de octubre de 2013

LGAC: Gestión Empresarial
Temática: Mercadotecnia
Directora-Tutora: Dra. Milagros Cano Flores
Campus: Xalapa

[1] Pequeñas y Medianas Empresas.