

REVISTA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS-UAS RECEA

Núm. 1 Vol.1 Octubre – Marzo 2024



U N I V E R S I D A D A U T Ó N O M A D E S I N A L O A



e-ISSN (en trámite)

REVISTA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS-UAS RECEA

DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS DE MAZATLÁN

Número 1, Volumen 1, octubre 2023 – marzo 2024.



Mazatlán, Sinaloa, México.

El Consejo Editorial de Revista de Ciencias Económico Administrativas - UAS RECEA, desea expresar su más profundo agradecimiento a todos los alumnos, personal académico e investigadores nacionales e internacionales que, con su invaluable colaboración como pares evaluadores, han contribuido

significativamente al éxito de la revista.

Su dedicación y compromiso con la excelencia científica son fundamentales para mantener la integridad del proceso de evaluación y asegurar los más altos estándares de calidad en las publicaciones de RECEA.

En reconocimiento a su importante labor, el Consejo Editorial se complace en divulgar los nombres de los pares evaluadores que han participado en la revisión de los manuscritos durante el período 2023 - 2024.

Revista de Ciencias Económico Administrativas - UAS RECEA, se enorgullece de contar con un equipo de pares evaluadores de tan alto calibre y espera seguir contando con su invaluable colaboración en el futuro.

DIRECTORIO INSTITUCIONAL

Dr. Robespierre Lizarraga Otero
Encargado del Despacho de Rectoría de la UAS

Dr. Calendario Ortiz Bueno
Secretario General

Dr. Jorge Millán Carrillo
Secretario Académico Universitario

Dr. Mario Nieves Soto
Director General de Investigación y Posgrado

Dra. Rosa del Carmen Lizárraga Bernal
Directora de la Facultad de Ciencias Económico
Administrativas de Mazatlán

COMITÉ EDITORIAL

Dra. Rosa del Carmen Lizárraga Bernal
Directora General

Dr. Jesús Alberto Somoza Ríos
Editor en Jefe

Dra. Rosa Penélope Mares Galindo
Editor Académico

Dr. Gilberto Niebla Lizárraga
Editor Asociado

Dr. Luis Alonso Cañedo Raygoza
Editor Asociado

Lic. Nidia Odette Santana Rodelo
Corrección de Estilo

Lic. Dulce Carolina Loera Cosío
Lic. Sofía Gastélum Baldenebro
Diseño y Maquetación

CINTILLO LEGAL

Revista de Ciencias Económico Administrativas - UAS RECEA, Núm. 1, Vol. 1, octubre – marzo 2024, es una publicación semestral editada por la Universidad Autónoma de Sinaloa, a través del departamento de Investigación y Posgrado de la Facultad de Ciencias Económico Administrativas de Mazatlán. Av. Universidad S/n, Antiguo Aeropuerto, 82017 Mazatlán, Sinaloa. Teléfono: 669 981 0310. Editores responsables: Jesús Alberto Sonoma Ríos y Rosa Penélope Mares Galindo. Correo electrónico: recea@uas.edu.mx. Reservas de Derecho al Uso Exclusivo Núm. (en trámite). ISSN: (en trámite). La fecha última de modificación, marzo 2024.

Cada artículo es obra original del autor, donde son reflejadas sus ideas y apreciaciones. Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación. Revista de Ciencias Económico Administrativas - UAS RECEA rechaza cualquier relamo legal proveniente por la reproducción parcial o total de la información, y del plagio en los trabajos publicados. Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización. En su lugar, el autor de cada artículo será considerado legalmente responsable. Cada manuscrito está bajo la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0).

CONTENIDO

EDITORIAL

Mensaje de la Directora de la Facultad de Ciencias Económico Administrativas de Mazatlán	6
Dra. Rosa del Carmen Lizárraga Bernal	
Carta del Editor.....	7
Dr. Luis Alonso Cañedo Raygoza	
Regulación económica de la industria automotriz en México.....	8
Economic Regulation of the Automotive Industry in Mexico	
Dra. Rosa Penélope Mares Galindo	
Dr. Jesús Alberto Somoza Ríos	
Servicio al cliente desde la expectativa y percepción del organismo operador de agua en Victoria de Durango	28
Customer service from the expectation and perception of water utilities in Victoria de Durango	
Briseyda Yudith Romero Rodríguez	
Dr. Luis Alonso Cañedo Raygoza	
Dra. Adriana Chávez Hernández	
Dra. Rosa Penélope Mares Galindo	
El comercio internacional a cargo del camarón blanco	45
International trade in charge of white shrimp	
Dr. Jesús Alberto Somoza Ríos	
Dra. Rosa del Carmen Lizárraga Bernal	
Mtra. Ada Conchita Flores Díaz	
La percepción del usuario al servicio al cliente del Organismo Operador de Agua en Mazatlán, Sinaloa, México	53
The user's perception of the water operator's customer service in Mazatlán, Sinaloa	
Ing. José Enrique Gutiérrez Dominguez	
Dr. Jesús Alberto Somoza Ríos	
Dra. Rosa del Carmen Lizárraga Bernal	
Dr. Gilberto Niebla Lizárraga	
La importancia de la política pública en el sector acuícola para la economía nacional	70
The importance of public policy in the aquaculture sector for the national economy	
Dr. Gilberto Niebla Lizárraga	
Dr. Luis Alonso Cañedo Raygoza	
Dra. Rosa Penélope Mares Galindo	

EDITORIAL

Mensaje de la Directora de la Facultad de Ciencias Económico Administrativas de Mazatlán

¡Bienvenidos a la Revista de Ciencias Económico Administrativas - UAS RECEA!

Nos complace anunciar el lanzamiento de la Revista de Ciencias Económico Administrativas - UAS RECEA, una plataforma de acceso abierto dedicada a la difusión de investigaciones científicas inéditas en el campo de las Ciencias Económico Administrativas. En RECEA, nuestro objetivo es promover y divulgar el pensamiento crítico plural al presentar resultados, propuestas y modelos alternativos emergentes.

RECEA se enorgullece de ser una revista de publicación semestral que utiliza el sistema de revisión por pares doble ciego para garantizar la calidad y el rigor de los trabajos publicados. Además, nuestra revista está administrada con Open Journal Systems (OJS), lo que garantiza una gestión eficiente y transparente de los procesos editoriales.

La edición de la Revista de Ciencias Económico Administrativas - UAS RECEA está a cargo de la Facultad de Ciencias Económico Administrativas de Mazatlán (FACEAM), perteneciente a la prestigiosa Universidad Autónoma de Sinaloa (UAS), México. Esta colaboración entre instituciones académicas nos permite ofrecer un espacio de difusión para estudiantes, docentes, investigadores y profesionales interesados en contribuir al avance del conocimiento en nuestro campo.

Extendemos una cordial invitación a toda la comunidad académica a participar en RECEA, ya sea como autores, revisores o lectores comprometidos con el desarrollo y la excelencia en las Ciencias Económico Administrativas. Esperamos contar con su apoyo y contribuciones para hacer de la Revista de Ciencias Económico Administrativas - UAS RECEA un referente en la difusión de investigación científica de calidad.

¡Gracias por unirse a nosotros en este emocionante viaje hacia el conocimiento y la innovación!

Atentamente,

Dra. Rosa del Carmen Lizárraga Bernal

Directora de la Facultad de Ciencias Económico Administrativas de Mazatlán
Universidad Autónoma de Sinaloa

Carta del Editor

Presentación de la Revista de Ciencias Económico Administrativas - UAS RECEA

Estimados lectores:

Con gran satisfacción, presentamos el primer número de la Revista de Ciencias Económico Administrativas - UAS RECEA de la Facultad de Ciencias Económico Administrativas de Mazatlán de la Universidad Autónoma de Sinaloa. Esta revista es la culminación de un proyecto editorial largamente anhelado por muchos miembros de nuestra comunidad universitaria y se convierte en el órgano oficial de difusión científico-académica de nuestra Facultad.

Su nacimiento marca un hito importante, al crear un espacio dedicado a la divulgación de la producción científica en el ámbito de las ciencias económico administrativas, así como a la difusión del conocimiento generado a partir de la investigación científica. Este primer número coincide con dos momentos trascendentales: el 151 aniversario de la Universidad Autónoma de Sinaloa y el próximo 45 aniversario de nuestra Facultad.

Aprovechamos esta ocasión para invitar a toda la comunidad universitaria, especialmente a nuestros estudiantes, profesores e investigadores, a contribuir activamente en este nuevo espacio con la publicación de artículos originales, comentarios, fichas técnicas, de actualización o revisión. La revista se publicará semestralmente en formato electrónico, con ediciones en abril y octubre de cada año.

Confiamos en que la Revista de Ciencias Económico Administrativas - UAS RECEA se convierta en un foro de intercambio de ideas y conocimientos, contribuyendo al desarrollo y la difusión de las ciencias económico administrativas en nuestro país y en el ámbito internacional.

Atentamente,

[Dr. Luis Alonso Cañedo Raygoza](#)

Editor Asociado

Revista de Ciencias Económico Administrativas - UAS RECEA

ARTÍCULOS

Regulación económica de la industria automotriz en México *Economic regulation of the automotive industry in Mexico*

Dra. Rosa Penélope Mares Galindo

0009-0003-3871-7015

penelope.mares@uas.edu.mx

Dr. Jesús Alberto Somoza Ríos

0000-0002-1168-9355

alberto.somoza@uas.edu.mx

Resumen

En México la industria automotriz es considerada un pilar estratégico para el crecimiento económico, desde su creación en el país ha atravesado distintas etapas, como lo es ensamblaje, integración y exportación, esto debido a los cambios en las políticas regulatorias del país a través del tiempo vinculadas a los cambios globales. Sin embargo, hasta la fecha ninguna política ha sido lo suficientemente exitosa, en principio la estrategia de sustitución de importaciones, impulso el crecimiento y la industrialización con un contexto nacionalista, fue incapaz de mantener el equilibrio. Por otro lado, la estrategia exportadora dismanteló toda la regulación previa. Es claro que la industria trae consigo muchos beneficios, sin embargo, el país aún no los ha canalizado de forma adecuada, es decir, que lleven a una mayor integración de las empresas locales, así mismo como al aumento de la competitividad del mercado nacional. El siguiente trabajo parte de una revisión histórica de la industria automotriz y su regulación económica hasta llegar a una definición actual, buscando ofrecer un perfil estratégico para asegurar políticas públicas que lleven a la competitividad de la industria interior en el mercado.



Palabras claves: Regulación Económica, IED, Industria Automotriz, Crecimiento Económico.

Códigos JEL: F2, F21, F4, F43, G18.

Abstract

In Mexico, the automotive industry is considered a strategic pillar for economic growth. Since its creation in the country, it has gone through different stages, such as assembly, integration and export, due to changes in the country's regulatory policies over time. linked to global changes. However, to date no policy has been sufficiently successful; in principle the import substitution strategy, which promoted growth and industrialization with a nationalist context, was unable to maintain balance. On the other hand, the export strategy dismantled all previous regulation. It is clear that the industry brings with it many benefits, however, the country has not yet channeled them adequately, that is, leading to greater integration of local companies as well as increasing the competitiveness of the national market. The following work is based on a historical review of the automotive industry and its economic regulation until reaching a current definition, seeking to offer a strategic profile to ensure public policies that lead to the competitiveness of the domestic industry in the market.

Keywords: Economic Regulation, FDI, Automotive Industry, Economic Growth.

Introducción

En los países en desarrollo (caso México), es un requisito el crecimiento económico y el desarrollo sostenible. A pesar de la globalización, la Inversión Extranjera Directa (IED) tiene un papel esencial en el desarrollo económico porque es una de las variables claves para el crecimiento económico de un país. En la actualidad, la IED va más allá del simple financiamiento para las economías en desarrollo, la IED es fundamental en la transferencia transfronteriza eficaz y la adopción de mejores prácticas, desde aspectos tanto tecnológicos como ambientales.

Sin embargo, la IED no viene con condiciones previas, ni los países anfitriones se benefician de forma automática. Es decir, los inversores son impulsados por sus propios

beneficios, y van a países donde la rentabilidad neta es mal alta, inevitablemente donde los costos son más bajos e incluso los gobiernos locales ofrecen incentivos. Por lo tanto, los gobiernos anfitriones tienen la tarea de crear condiciones para atraer la IED; y posteriormente regular la IED.

La industria automotriz en México es importante como estrategia para el crecimiento económico debido a la gran cantidad de beneficios que trae consigo, como empleos a gran escala, recaudaciones fiscales (derivadas de las operaciones fiscales de la industria), capacitación del personal, desarrollo de proveedores locales y modernizaciones tecnológicas a partir de la inversión. Desde el desarrollo de la industria, esta no ha sido lo suficientemente exitosa para el desarrollo. A principio, con la estrategia de sustitución de importaciones, impulso el crecimiento y la industrialización en un contexto nacionalista, pero fracaso al intentar mantener el equilibrio externo. Por otra parte, la estrategia exportadora, desmanteló los logros de industrialización por sustitución, lo que elevó las exportaciones bajo la apertura comercial.

En teoría, el mercado y el Estado son dos instituciones compatibles en una economía. Si el mercado maximiza sus utilidades y los consumidores de igual forma, cubriendo todos los bienes y servicios deseados (consumo actual y futuro) entonces, existe una asignación de recursos “Eficiente de Pareto”. En este sentido, se logra un equilibrio competitivo en los mercados para cubrir a la economía con los bienes y servicios deseados; y la necesidad de la intervención del Estado para asignar los recursos es mínima. Sin embargo, existen bienes y servicios que no son asignados eficientemente por el mercado (fallas de mercado), en este sentido, cuando el mercado falla, el Estado tiene que intervenir.

La rama de conocimiento para entender el párrafo anterior es la Economía Pública, donde las fallas de mercado justifican la intervención del Estado en la economía, a través, de la “regulación económica”, el Estado busca que los mercados sean competitivos para una asignación eficiente de los recursos en el sentido de Pareto. En este sentido, la regulación económica es un instrumento oportuno y eficaz que permite intervenir en los mercados, ejerciendo control sobre algunas actividades dentro del marco de la ley.

Entender el desempeño de la industria automotriz en el país tiene una importancia estratégica en el desarrollo económico, por un lado, la teoría señala que el Estado debe de intervenir ante la pérdida de eficiencia, por otro lado, la regulación económica de la industria

automotriz pasó de ser impositiva a la liberación. Ante este cambio de regulación y desregularización, la presente investigación ofrece un perfil estratégico de la industria automotriz para asegurar la competitividad, abordando el tema de la transición de la regulación económica, su desarrollo histórico, y la actual estructura del sector automotriz.

Objetivo

Establecer a partir de la revisión histórica el marco regulatorio de la industria automotriz en México, y qué papel han desempeñado el Mercado y Estado ante los cambios globales.

Alcance

En el contexto actual de la industria automotriz, la presente investigación tiene como objetivo principal analizar la correlación entre dos enfoques económicos divergentes: el proteccionismo y el neoliberalismo. Para ello, se ofrece un marco descriptivo que revisa las características de cada uno, seguido de un marco explicativo que analiza su interrelación y presenta una propuesta final. La argumentación se basa en la descripción del contexto actual y busca contribuir a la comprensión del debate en torno a la mejor manera de impulsar el desarrollo del sector automotriz.

Antecedentes de la Regulación Económica de la industria automotriz en México

El desarrollo de la industria automotriz en México se debe a eventos y transformaciones a la par con la evolución de la industria a nivel internacional, así mismo la globalización ha conducido al cambio de políticas en el sector a nivel nacional, en este sentido, el proceso de evolución de la industria ha sido constante.

La industria automotriz en México es parte fundamental para el desarrollo industrial, por ende, desde su origen ha creado programas específicos de desarrollo, los cuales a lo largo de los años han quedado enmarcados como “Decreto Automotriz”, emitidos por el gobierno federal, con el objetivo de regular la producción y venta a partir de: la limitación de número de empresas terminales, la restricción a la participación de la IED en la empresa de autopartes, y algunas prohibiciones como importación de vehículos (Brown, 1999).

Sin embargo, estos decretos no han mostrado consistencia, han cambiado a la par con la política económica, siendo un reflejo de las políticas de liberación. Este cambio puede ser

visto desde dos perspectivas, primero la política del modelo sustitución de importaciones, con el primer decreto emitido, el cual buscaba el fortalecimiento de la industria en el mercado interno. Segundo la política del modelo de promoción de exportaciones, la cual pasó a un proceso de apertura de la frontera para la compra de autopartes a mediados de los ochenta, siguiendo la apertura comercial con base al Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), a partir de su firma en 1994 se fueron reduciendo aranceles y disminuyendo la exigencia del mínimo contenido a la industrial terminal nacional lo que llevó a una liberalización del sector en 2003 con su último decreto para el apoyo de la competitividad impulsado por el presidente Vicente Fox Quezada. En este sentido, el proceso de la industria llegó a una liberación total del sector, donde no solo se permitían las autopartes sino también los vehículos terminados, dejando atrás la política de proteccionismo. A continuación, se analiza el desarrollo de la industria, y regulación, dividiendo en seis etapas.

Nacimiento de la industria (1925-1960)

El nacimiento de la industria automotriz en México tiene su inicio gracias a la apertura de la empresa Ford en el país en 1925. Por otra parte, en 1935 llegó General Motors. Y, por último, en 1939 inicia operaciones Automex que posteriormente se convirtió en Chrysler. Su actividad se centraba en el montaje de vehículos destinados al mercado local que con anterioridad se satisfacía la demanda con importaciones, la oferta total de vehículos estaba compuesta íntegramente por bienes de origen externo.

Según Dombois & Pries (1990) las razones que motivaron a los fabricantes de Estados Unidos fueron: a) bajos costos de transporte; b) bajos salarios (mano de obra barata) y; c) un mercado factible de monopolizar. Las plantas automotrices que caracterizaban por un nivel bajo de productividad, resultado de las mínimas inversiones y falta de infraestructura, en 1950 se da un giro hacia un enfoque se desarrolló industrial, que posteriormente fortalece al sector automotriz.

Sustitución de Importaciones (1962-1971)

En 1962 se emitió el primer decreto automotriz, orientado a satisfacción del mercado doméstico con el modelo de sustitución de importaciones en el área terminal, en el decreto se incluyeron aspectos como: a) limitación de importaciones de vehículos, b) limitación de

ensambles completos como motores y transmisiones, c) se fijó un 60% el contenido nacional mínimo, d) se limitó un 40% el capital extranjero y, e) se estableció un nivel de precios (contener las utilidades e incentivar la productividad).

Gracias al proteccionismo en el mercado local, la industria automotriz tuvo un gran crecimiento en la fabricación de vehículos de 96,781 en 1965 a 250,000 en 1970, el decreto reflejo notablemente la activación del mercado. Para la década de los setenta existían cinco fabricantes (Ford, Chrysler, General Motor, Volkswagen, Nissan Mexicana). Sin embargo, sus costos de producción eran altos a diferencia de otras naciones y tenían problemas de calidad, pero debido a la época, la falta de competitividad internacional no era un factor alarmante.

Regulación comercial y promoción de las exportaciones (1972-1988)

En 1972 se emitió el segundo decreto, en el que el gobierno establece políticas regulatorias, con el objetivo de mejorar los funcionamientos del mercado¹: a) se redujo el porcentaje de contenido nacional mínimo para vehículos destinado a la exportación y, b) se obligó a los fabricantes de la industria exportar el 30% del valor de sus importaciones. Aunque las nuevas regulaciones, y promociones se acoplaban a las nuevas necesidades del mercado junto con el cambio político, en la realidad, existía una infraestructura obsoleta, lo cual tuvo un poco de avance en las exportaciones, ya que estaban por debajo del 16% de lo que se importaba.

La crisis que creó los cambios de política se derivó por la falta de competitividad de los diferentes sectores industriales en el país (monopolios estatales), por ello en general la industria debía de aumentar su productividad, siendo el sector automotriz uno de los primeros en reestructurarse como parte del nuevo modelo (Moreno, 1996). Con base al decreto, se dio un estricto control sobre la balanza comercial de los fabricantes de la industria terminal, ya que al menos del 50% del intercambio comercial de las compañías debía provenir de la exportación de autopartes localmente producidas, por otro lado, no se permitía que la inversión extranjera tuviera la mayor participación de las inversiones.

¹ El cambio de política de modelo de sustituciones de importaciones hacia el modelo de promoción de exportaciones se atribuye a dos factores: a) México como país productor, se vio en dificultades de enfrentar los efectos de la crisis del petróleo y los consiguientes y crecientes déficit en la balanza de pagos; b) La devaluación del peso en 1976 y la recesión que sobrevino afectaron severamente a la industria automotriz (Brown, 1999).

Por otro lado, en 1983 se establece el “decreto para la racionalización de la industria automotriz”, debido a la situación macroeconómica desfavorable, en el que se orientaba el fortalecimiento de las exportaciones de vehículos, reduciéndose el contenido mínimo de integración a los vehículos destinados al mercado internacional.

Liberalización comercial (1989-1993)

En 1989 se emite un nuevo “decreto para la modernización y promoción de la industria automotriz” durante el gobierno de Salinas, esto para poder alcanzar logros con las nuevas circunstancias internacionales, buscando adecuar la política industrial con la política de comercio. Se entendía que el medio para poder competir dentro de un esquema globalizado en el sector se tenía que modernizar, a través de la desregulación económica, para atraer un mayor número de inversionistas, con el fin de aumentar la eficiencia, productividad y tecnología a nivel nacional e internacional. Este decreto autorizaba por primera vez desde 1962 la importación de vehículos, esto propició a que el 20% de los vehículos que se vendían en el país fueran importados (Diario Oficial de la Federación, 1993).

Tratado de Libre Comercio y liberalización de la industria

Con la entrada en vigor del TLCAN en 1994, el sector comienza con un proceso de transformación, alejado totalmente del proteccionismo, adecuándose a las necesidades del mercado de consumo en expansión. En un principio la industria terminal de poca integración autopartes paso de un proceso de ensamble y poca integración a una fase de mayor integración y evolución tecnológica, todo este proceso llevó a una nueva reconfiguración de la industria. La desregularización creó nuevas oportunidades de negocios para las compañías de exterior, es decir, una mayor atracción de la inversión, lo que llevó a las compañías instaladas a elevar la calidad y reducir sus costos de producción, para mantener e incrementar sus negocios.

Fortalecimiento de la competitividad y desarrollo de mercado interno

En 2003, en el gobierno de Fox emite “el decreto para el apoyo de la competitividad de la industria automotriz terminal y el impulsor al desarrollo del mercado interno de automóviles”. Donde el Estado da la apertura y la entrada en vigor de las desregulaciones, reconociendo la necesidad de incrementar la competitividad en el sector y buscando el fortalecimiento del mercado interno a través de: a) estimular la llegada de inversión para construcción y ampliación de las instalaciones de producción en México, b) disminución de los costos de importación (reducción arancelaria), entre otros. Lo que propició este decreto fue la firma del Acuerdo de Asociación Económica entre Japón y México (en adelante AAE) en 2004, y el aumento de la inversión por parte de Toyota, Nissan, entre otras.

Marco Teórico

El enfoque clásico de la economía, basado en la mano invisible de Adam Smith y el teorema del bienestar, muestra que bajo ciertas condiciones relativas a la estructura del mercado y a la información, la competencia sin restricciones lograra una asignación óptima de recursos de Pareto. En otras palabras, cuando existe libertad en la sociedad y mercado, competencia entre compradores y vendedores, y movilidad de los recursos, la suma de los excedentes de productor y consumidor maximizan un precio de equilibrio. Sin embargo, cuando se da una desviación del equilibrio es una falla de mercado, en este sentido, hay una justificación para la intervención del Estado en el Mercado, a través, de la regulación económica por medio de: a) la política económica y/o antimonopólica, y b) la regulación.

Mercado Eficiente y la Intervención del Estado

El teorema fundamental de la economía del bienestar indica que los siguientes supuestos deben de ser válidos para que un mercado sea clasificado como perfecto (Mansfield & Yohe, 2004).

1. Muchos vendedores, que no pueden influir individualmente un precio dominante.
2. Muchos compradores, individualmente, no tienen control sobre el precio.
3. Libre entrada y salida del mercado, significa que toda empresa obtiene beneficios normales a largo plazo.

4. Los productores son homogéneos, cada empresa es tomador de precios con una curva de demanda perfectamente elástica.
5. Información perfecta, los compradores y vendedores tienen conocimiento perfecto.
6. Factores de producción perfectamente móviles, se pueden intercambiar en respuesta a condiciones del precio del mercado.

Cuando estos supuestos no se sostienen, el mercado es imperfecto y no lograra la asignación más eficiente de los recursos por sí mismo; esto da una razón para la intervención del Estado (Stiglitz, 2000).

El bienestar total es la suma del excedente del productor y el excedente del vendedor Cuando la aceptación del mercado perfecto no se cumple, entonces el mercado puede fallar, por lo que hace imposible aumentar el bienestar total (Varian, 1986).

Popper (1991) agrega que el mercado no puede capturar eficientemente todos los objetivos de la sociedad, por lo tanto, el Estado tiene que desempeñar un papel paternalista. El Estado se ve obligado a intervenir porque las acciones de estos individuos imponen un costo a la sociedad que el mercado no es capaz de controlar. También mencionó que se dice que un sistema es eficiente cuando se produce el beneficio neto máximo para la sociedad. Esto no implica que sea justo o equitativo o que produzca el máximo beneficio para todos sus miembros. El mercado no se ocupa de la forma en que se distribuyen los beneficios entre los miembros individuales de la sociedad. Se refiere únicamente al beneficio neto total para una determinada distribución de los ingresos.

Por otra parte, (Winston, 2006) menciona que hay a menudo un trade-off entre la eficiencia económica y la equidad. Eficiencia significa que todos los bienes o servicios se asignan a alguien (no queda nada). Cuando el equilibrio del mercado es eficiente, no hay manera de reasignar el bien o el servicio sin herir a alguien, mientras que la equidad mira a la distribución de recursos y está inevitablemente vinculado a conceptos de equidad y justicia social. Un mercado puede alcanzar la máxima eficiencia, pero debemos de estar preocupados porque los "beneficios" de la actividad del mercado son injustamente compartidos.

El Estado es la institución que proporciona las bases en las que descansa el mercado, cuando no se cumplen las condiciones requeridas, se justifica la intervención del Estado. La interacción de las fuerzas del mercado sin la intervención del Estado es poco probable que

logre la eficiencia y equidad, en este sentido, el proceso de regulación que ha llevado el país, en la industria automotriz, ha sido en lograr una mayor competitividad ante la ineficiencia del mercado por asegurar eficiencia y equidad².

Regulación Económica

La regulación económica vista desde su papel económico donde el Estado tiene que intervenir, tiene cuatro acotaciones teorías. El marxismo propone una intervención total del estado. La teoría clásica, liberalismo, propone una libertad total del mercado, donde él mismo idealiza el sistema como perfecto, la posición del equilibrio representada por el modelo IS – LM. El keynesianismo propone a diferencia del marxismo, una intervención, pero está no total ni tan radical. Por último, el neoliberalismo propone un Estado mínimo y admite que el sistema de mercado o la economía no es perfecto.

Marxismo (proteccionismo)

La posición marxista asume un posicionamiento teórico sobre el divorcio y aislamiento entre el Estado y la economía, es decir, los procesos políticos son externos a los procesos económicos. En esta corriente, los regímenes socialistas ven la relación entre el capital y el trabajo inconciliable. En este sentido, el capitalismo es pugnado por una intervención totalitaria por parte del Estado en la economía. En ese momento, los monopolios nacionales trascienden y llegan a influir en los Estados, ya que el Estado desmantela a través de privatizaciones. El Estado del pueblo, por el pueblo y para el pueblo, ahora lo es del pueblo (Marx, 1859).

² Las intervenciones gubernamentales pueden estar motivadas por una serie de factores. Como la industria está altamente concentrada, se cree que la intervención es factible y manejable. El empleo grande y regionalmente concentrado hace que la industria sea políticamente sensible. Las fuertes interconexiones entre la industria del automóvil y otras industrias implican que los efectos de desbordamiento son altos. La estimulación de la demanda de vehículos es vista como una forma efectiva de fortalecer la demanda agregada al avanzar las compras y potencialmente tiene beneficios ambientales. Por último, rescatar a los fabricantes de automóviles puede ayudar a resolver problemas de crédito cuando los fabricantes de automóviles tienen empresas financieras (Osuna y Márquez, 2000).

Liberalismo (teoría económica clásica)

Es la corriente conocida como la “escuela clásica” (bajo el eslogan *laissez faire, laissez passer*), indicando una nula participación y regulación del Estado en el mercado. El liberalismo clásico considera al mercado como el motor impulsor del progreso económico, donde se entiende el libre comercio y las leyes del mercado deben de ser salvaguardadas por la mano invisible, ya que gobierna el interés de todos (Smith, 1776 y Ricardo, 1986).

Las propuestas económicas son la limitación del proteccionismo, de acuerdo con los intereses de la industria; la reducción del papel del Estado en la economía a fin de favorecer el marco legal e institucional que permitiera el crecimiento del capital, entre otras. Aquí la distinción entre sociedad civil y Estado permite a la primera el monopolio de la actividad económica. Busca un Estado constitucional que respete la vida privada, la propiedad privada y la economía de mercado.

Como se mencionó, el Estado liberal es una forma coherente de organización política con el capitalismo, donde, los individuos son libres, compiten en el mercado por su bienestar, en un marco de democracia. Donde el objetivo es remover los obstáculos para la autonomía de los mercados y así lograr la libre competencia.

Por lo que, para Smith, el Estado solamente tenía tres obligaciones: 1) defender a la sociedad contra la violencia e invasión de otras sociedades independientes; 2) proteger en lo posible cada uno de los miembros de la sociedad de la violencia y de la opresión de que pudiera ser víctima por parte de otros individuos de esta misma sociedad y; 3) elegir y mantener ciertas obras y establecimientos públicos.

Keynesianismo (influencia para el modelo de sustitución de importaciones)

Durante el keynesianismo la proliferación de monopolios en todos los ámbitos económicos supone y justifica una mayor participación y regulación del Estado. El Estado puede influir sobre la propensión al consumo, aumentando el poder de compra de los sectores más pobres, a través de pensiones y subsidios, o bien, a través de una política impositiva que favorezca los ingresos mínimos. Es decir, trata de transferir recursos de los segmentos de la población con mayor ingreso a aquellos estratos más humildes, compensando la desigualdad social y tratando de contrarrestar la redistribución regresiva del ingreso nacional. Aquí el Estado del bienestar es un Estado benefactor en todos los sentidos (Keynes, 1936). La influencia de

Keynes contribuyó a que la intervención del Estado en la economía asumiera responsabilidades en asuntos económicos como promover el pleno empleo, crecimiento económico y estabilidad de precios.

La Comisión Económica de las Naciones Unidas para América Latina y el Caribe (CEPAL), creada en 1948 al término de la Segunda Guerra Mundial, con el fin de contribuir al desarrollo económico de América Latina, coordina las acciones encaminadas a su promoción y reforzar las relaciones económicas de los países entre sí y con las demás naciones del mundo (CEPAL, 2013). El enfoque de la CEPAL tiene una inclinación hacia el análisis histórico, en este sentido, la tesis de Prebisch – Singer influyó en el pensamiento económico de la CEPAL. Planteó que en términos de intercambio existe una tendencia de evolución en contra entre países en desarrollo en sus relaciones con los países desarrollados, es decir, la relación de intercambio entre productos primarios que exportan los países en desarrollo se deteriora mientras que los bienes manufacturados que exportan los países industrializados tienden a favorecer. Esta tendencia es problemática para los países exportadores de bienes primarios porque necesitan más exportaciones para intercambiar y obtener una cantidad dada de importaciones, lo cual reduce el ingreso real del país exportador.

Ante este, la CEPAL recomendó la industrialización sustitutiva como política en América Latina. El término sustitución de importaciones se emplea muchas veces en una acepción simple y literal, en el sentido de una disminución o desaparición de ciertas importaciones que quedan sustituidas por la producción interna. Dicho término fue adoptado para designar el nuevo proceso de desarrollo de los países en desarrollados, particularmente latinoamericanos, en donde uno de los objetivos es limitar o disminuir componentes de la gama de importaciones para sustituirlos por productos producidos nacionalmente.

Neoliberalismo (Estado mínimo)

El neoliberalismo, trajo consigo, las correlaciones de las fuerzas sociales, a favor del capital y en detrimento del trabajo, por medio de instrumentos de desregulación, apertura externa, recaudaciones del Estado, entre otros. En 1947 nace la Sociedad Mont Pelerin, formada por la oposición al intervencionismo del Estado en la economía “Estado de bienestar”. Después de la Segunda Guerra, la intervención estatal y las nacionalizaciones fueron un éxito

generalizado, sin embargo, esta sociedad rechazó estas ideas, juzgando que era indispensable generar libertad política y económica de libre mercado (Van, 2004).

El análisis abarca la relación entre política y economía, entre Estado y mercado, aplicando instrumental analítico de la teoría económica neoclásica a los procesos políticos. Tal enfoque desarrolló una teoría positivista de la política económica en un mercado. James M Buchanan, uno de los representantes fundamentales de la corriente conocida como Public Choice (Elección Pública), plantea que esta se asienta en tres pilares básicos: individualismo-metodológico, elección racional y la política como intercambio. Por cuanto el estado está en manos de los políticos, estos como individuos racionales asumen decisiones en función de sus propios intereses (Buchanan, 2003).

En este sentido, el Estado acaba convirtiéndose en reo, bien de los empresarios, o de un determinado grupo de empresarios, bien de los consumidores; en cualquiera de los casos, el agente regulador estará subordinado a uno u otro grupo, cada uno de los cuales persigue sus propios intereses. De manera que a la visión de un Estado que existe para servir a todo el público sin distinción, se opone la nueva visión según la cual la intervención del estado se subordina a la satisfacción de intereses privados; aquí las clases son sustituidas por los llamados grupos de presión (empresarios y consumidores). La corriente comparte los siguientes principios: propiedad privada, libertad, predominio del mercado, orden e individualismo.

Estructura Actual

Actualmente, el sector de la industria automotriz en el país está compuesto tanto por la industria terminal como por la industria de autopartes, teniendo un papel relevante dentro de la economía nacional (ver tabla 1), se ha consolidado como una de las industrias que más aporta al crecimiento económico (ver tabla 2) del país y es una de las principales generadoras de divisas del país, manteniéndose como uno de los sectores con más participación en los flujos de IED (ver tabla 3). En 2015, México se encuentra en el séptimo lugar a nivel mundial en el segmento de vehículos ligeros, y el cuarto exportador a nivel global. Dentro de la industria, cerca del 90% del empleo generado corresponde a la industria de autopartes.

Tabla 1
Producto Interno Bruto Industrial Automotriz 2013-2015.

Año	Millones de pasos	% del PIB Manufacturero
2013	424,421	15.6
2014	491,815	17.0
2015	574,597	18.5

Fuente: Elaboración propia con base en el Sistema de Cuentas nacionales (INEGI, 2016).

Tabla 2
Empleo Industria Automotriz 2013-2015.

Año	Personal Ocupado (promedio)	% del Empleo Manufacturero
2013	625,150	19.0
2014	682,578	20.2
2015	728,356	20.9

Fuente: Elaboración propia con base en el Sistema de Cuentas nacionales (INEGI, 2016).

Tabla 3
IED hacia la Industria Automotriz 2013-2015.

Año	Millones de dólares corrientes	% de la IED Manufacturera
2013	3,402	11.3
2014	4,456	30.3
2015	5,934	39.2

Fuente: Elaboración propia con base en el Sistema de Cuentas nacionales (INEGI, 2016).

Actualmente, los esquemas de regulación económica han cambiado a promoción de la industria automotriz.

- Programas de Promoción Sectorial (PROSEC), es un instrumento dirigido a los fabricantes para importar sus insumos con arancel preferencial, con el fin de mantener su competitividad en el sector globalizado. Pueden importar: a) para diversificar las fuentes de abasto y mantener la competitividad; b) para atender las necesidades de nuevos proyectos de inversión; b) por no existir producción o insuficiencia de abasto nacional. Con base en la Regla Octava, pudiendo importar con arancel cero.

- Decreto Automotriz, en 2003 se publicó el Decreto para el apoyo a la competitividad de la industria terminal automotriz y el impulso al desarrollo del mercado interno de automóviles, con el objetivo de promover la inversión en la fabricación de vehículos ligeros en el país a través del otorgamiento de diversos beneficios: a) ser consideradas

“empresas fabricantes” para efectos de las disposiciones sobre “depósito fiscal automotriz” y demás disposiciones de la Ley Aduanera; b) podrán importar con cero arancel Ad-Valorem los vehículos de los segmentos que producen en México, al amparo del arancel-cupo, por un volumen anual equivalente al 10% de la producción efectuada en el año inmediato anterior; c) serán consideradas automáticamente “empresas fabricantes” bajo el Programa de Promoción Sectorial de la Industria Automotriz y de Autopartes (PROSEC Automotriz).

Conclusión

El desarrollo de la industria del automóvil puede identificarse como una de las formas para la industrialización en México, sin embargo, no ha sido un proceso ordenado, sino que ha estado sujeto a procesos de ensayo y error, seguidos por correcciones institucionales que en muchos casos no han sido inmediatas, lo que ha tenido un alto costo para la economía. En este contexto, se identifican tres etapas importantes: primer período basado en los principios de sustitución de importaciones, orientando la industria hacia el mercado interno (1925-1982); segundo, que buscó la transformación de la industria hacia la exportación (1982 - 1994); y, finalmente, el período del TLCAN con Canadá y los Estados Unidos, que ha dado lugar a la integración de la industria automotriz de la región (1994 – al presente). Cada etapa ha sido apoyada por diferentes políticas económicas. En concreto, para el último período, el engranaje principal ha sido la integración con la industria automotriz de Estados Unidos y Japón, basándose en los incentivos de salarios bajos y de mano de obra calificada.

Las dos estrategias ampliamente descritas con sus variantes han conducido al desarrollo de la industria automotriz en México desde su creación. La sustitución de importaciones estuvo inspirada en la heterodoxia teórica y tuvo pretensiones industriales y nacionales. Por otra parte, la promoción de exportaciones, vista desde el punto teórico de la visión neoclásica, liberó el mercado y proporcionó la sustitución de importaciones, también abrió las puertas al capital extranjero, renunciando al nacionalismo económico. Este marco teórico de regulación muestra que no existió complementariedad, sino que las estrategias fueron excluyentes una de la otra. La estrategia de promoción de exportaciones en lugar de ser continua al desarrollo de la industria nacionalista representa una ruptura, el panorama que se muestra es una contra evolución teórico-práctico. Sin embargo, el mundo necesita un sistema competitivo y esto se ha logrado con la liberalización económica. La economía de

libre mercado sigue siendo necesaria para ayudar a los países en desarrollo que harán un llamamiento a nuestro know-how y equipo.

La evidencia muestra que la industria automotriz ha recorrido un largo y tortuoso camino para, finalmente, aproximarse cada vez más a su punto de partida: el de una industria totalmente transnacional, no sujeta a más leyes que las de la oferta y la demanda. Es entonces que emerge la siguiente pregunta: después de más de tres cuartos de siglo de desarrollo de una industria originalmente extranjera, ¿no se logró absolutamente nada? Ya no digamos producir autos completos con tecnología y capital nacionales, Y entonces surge la duda es si acaso el subdesarrollo es producto de nuestros gobernantes, de su falta de persistencia o inconsistencia. Hoy en día en México son las fuerzas del mercado las que se encargan de trazar el rumbo del éxito o fracaso de la industria. Pero ¿qué nos toca a nosotros como futuros investigadores?

El actual escenario mundial en el que se desenvuelve la industria automotriz obliga a que se haga un fortalecimiento y/o replanteamiento de las estrategias por seguir, dirigidas a alcanzar niveles de competitividad internacional, para lo cual el involucramiento activo de todos los actores es inminente. Estado y mercado privado tienen que trabajar de manera conjunta con el fin de poner en marcha sistemas que alineados estratégicamente lleven al país al logro de este objetivo.

Con relación al futuro inmediato:

1. Revisando la regulación económica de la industria automotriz podrían tomarse las siguientes dos formas:
 - a) Re-establecer una regulación económica proteccionista parecida a la de aquel entonces.
 - b) Establecer una mayor infraestructura desde una preceptiva neoliberal (incentivos, reglas de origen, etc.) que se adapta a la economía corriente mundial
2. Para optar por b), serán considerados la creación de clúster, o mayor cooperación internacional para la mejora tecnológica, para así lograr la integración de las empresas locales a la red de suministro, que las llevará a su fortalecimiento competitivo, que finalmente propiciará el desarrollo económico del país tomando en consideración la “estructura actual” del sector automotriz.

Recomendaciones de políticas para promover el crecimiento sostenible y la competitividad en la industria automotriz en México:

1. Fomentar la producción de vehículos eléctricos e híbridos:

- Ofrecer exenciones fiscales a la producción, compra e importación de vehículos eléctricos e híbridos.
- Brindar apoyo financiero a los fabricantes para la producción de vehículos eléctricos e híbridos.
- Invertir en la instalación de estaciones de carga para vehículos eléctricos en todo el país.

2. Fortalecer la investigación y el desarrollo:

- Incrementar el financiamiento público para la investigación y el desarrollo de nuevas tecnologías automotrices.
- Fomentar la colaboración entre la academia, la industria y el gobierno para el desarrollo de nuevas tecnologías.
- Crear centros de investigación especializados en la industria automotriz.

3. Desarrollar capital humano:

- Implementar programas educativos en las escuelas y universidades para formar técnicos e ingenieros especializados en la industria automotriz.
- Ofrecer programas de capacitación para los trabajadores del sector automotriz en las nuevas tecnologías.
- Otorgar becas a estudiantes que deseen estudiar carreras relacionadas con la industria automotriz.

4. Atraer inversiones:

- Mejorar el clima de negocios en México para atraer inversiones extranjeras a la industria automotriz.
- Promover a México como un destino atractivo para la inversión extranjera en la industria automotriz.
- Ofrecer incentivos fiscales y otros beneficios a las empresas que inviertan en la industria automotriz en México.

5. Proteger el medio ambiente:

- Implementar normas ambientales más estrictas para la industria automotriz.
- Fomentar el uso de tecnologías limpias en la producción de vehículos.
- Implementar programas de reciclaje para los vehículos usados.

6. Fortalecer la cadena de valor:

- Fomentar el desarrollo de proveedores locales de la industria automotriz.
- Fortalecer la integración regional de la industria automotriz en América del Norte.
- Crear clúster industriales para la industria automotriz.

7. Modernizar la infraestructura:

- Invertir en la modernización y ampliación de la red carretera del país.
- Modernizar los puertos marítimos para facilitar la exportación de vehículos.
- Invertir en el desarrollo del transporte ferroviario para la carga automotriz.

8. Implementar una política industrial integral:

- Desarrollar un plan de desarrollo industrial integral para la industria automotriz.
- Asegurar la coordinación entre las diferentes dependencias gubernamentales involucradas en la industria automotriz.
- Evaluar y monitorear el impacto de las políticas implementadas.

La implementación de estas recomendaciones de políticas públicas puede ayudar a promover el crecimiento sostenible y la competitividad de la industria automotriz en México, generando empleos, inversiones y beneficios económicos para el país.

Referencias

- Brown, F. (1999). La industria de autopartes mexicana: Reestructuración reciente y perspectivas. División de Desarrollo Productivo y Empresarial de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (CIID/IDRC).
- Buchanan, J. (2003) The Creation of Public Choice Theory. Economic Insights, Federal Bank of Dallas, Vol. 8 N° 2. Disponible en: <https://www.cis.org.au/wp-content/uploads/2015/04/images/stories/policy-magazine/2003-spring/2003-19-3-james-m-buchanan.pdf>

- CEPAL (2013), Comercio internacional y desarrollo inclusivo. CEPAL. Disponible en: <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/8e326903-88e6-41eb-a001-f38e9e80117a/content>
- Diario Oficial de la Federación. (1993). LEY de Inversión Extranjera. Secretaria de Gobierno
Disponible en: http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4817271&fecha=27/12/1993
- Dombois, R., & Pries, L. (1995). Industrielle Beziehungen im Strukturwandel Lateinamerikas - am Beispiel von Mexiko und Kolumbien. Industrielle Beziehungen / The German Journal of Industrial Relations, 2(3), 251–273. <https://doi.org/10.31819/9783964563354-019>
- Keynes, J. (1936). The General Theory of Employment, Interest and Money. Nueva York: Harcourt and Brace. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-70344-2>
- Mansfield, E. & Yohe, G. (2004). Macroeconomics: Theory/Applications 11th edn, chapter 10, New York: Norton. Disponible en: <https://www.wiley.com/en-au/Microeconomics%3A+Theory+and+Applications%2C+11th+Edition-p-9780393979183>
- Marx, K. (1859). A Contribution to the Critique of Political Economy, Lawrence and Wishart, London. <https://doi.org/10.5040/9781474278737.ch-008>
- Moreno, J. (1996), Mexico's auto industry after NAFTA: A successful experience in restructuring?, Working Paper No. 232, The Helen Kellogg Institute for International Studies, University of Notre Dame, Notre Dame, IN. Disponible en: <https://kellogg.nd.edu/documents/1527>
- Osuna, J.L., y Marquez, C. (2000). Guía para la Evaluación de Políticas Públicas. Instituto de Desarrollo Regional. Fundación Universitaria. Sevilla. España. Disponible en: https://www.academia.edu/81402737/Gu%C3%ADa_para_la_evaluaci%C3%B3n_de_pol%C3%ADticas_p%C3%BAblicas
- Popper, k. (1991). La sociedad abierta y sus enemigos, Madrid, Paidós. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484903e.1991.7.59878>
- Ricardo, D. (1986). On the Principles of Political Economy and Taxation, editado por Piero Sraffa, Cambridge, Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/cbo9781107589421.001>

- Smith, A. (1776), La riqueza de las naciones. Alianza Editorial, Madrid. Disponible en: [http://www.iunma.edu.ar/doc/MB/lic_historia_mat_bibliografico/Fundamentos%20de%20Econom%C3%ADa%20Pol%C3%ADtica/194-Smith,%20Adam%20-%20La%20riqueza%20de%20las%20naciones%20\(Alianza\).pdf](http://www.iunma.edu.ar/doc/MB/lic_historia_mat_bibliografico/Fundamentos%20de%20Econom%C3%ADa%20Pol%C3%ADtica/194-Smith,%20Adam%20-%20La%20riqueza%20de%20las%20naciones%20(Alianza).pdf)
- Stiglitz, J. (2000). Economics of the public sector. New York, Norton. Disponible en: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5663433/mod_resource/content/1/Stiglitz-Economics-of-the-Public-Sector%281%29.pdf
- Van, J. (2004). Preface by Jacques Van Offelen Member of the Mont Pèlerin Society Former Belgian Minister. En Mont Pèlerin Society (1947-...) (p. 4). Belgium: Liberaal Archief.
- Varian, H. (1986). Análisis Microeconómico. Barcelona: Antoni Bosch. Disponible en: <https://antonibosch.com/libro/analisis-microeconomico-3-ed>
- Winston, C. (2006). Government failure versus market failure: microeconomics policy research and government performance, Brookings Institution Press. Disponible en: <https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/20061003.pdf>

**Servicio al cliente desde la expectativa y percepción del organismo
operador de agua en Victoria de Durango**
*Customer service from the expectation and perception of water utilities in
Victoria de Durango*

Briseyda Yudith Romero Rodríguez
0009-0007-9069-2950
briseydayudithromero@gmail.com

Dr. Luis Alonso Cañedo Raygoza
0009-0009-9137-1117

Dra. Adriana Chávez Hernández
0000-0002-8044-7800

Dra. Rosa Penélope Mares Galindo
0009-0003-3871-7015
penelope.mares@uas.edu.mx

Resumen

El servicio al cliente es un elemento fundamental para el éxito de cualquier empresa, especialmente en aquellas que brindan servicios esenciales como el agua potable. En Victoria de Durango, México, el Organismo Operador del Agua que tienen la responsabilidad de brindar este servicio a la población. La presente investigación, tiene como objetivo conocer la gestión del talento humano en los Organismos Operadores del Agua (OOA), así como, el estudio del sistema de atención al cliente, la calidad del servicio para los usuarios y el monopolio de brindar a la comunidad el abastecimiento de agua potable, saneamiento y el alcantarillado. Por lo tanto, resulta importante enfocarnos desde la perspectiva del usuario, así como la atención, incertidumbre y la efectividad del servicio, debido a que la eficiencia de los OOA influye de tal forma que exista una buena relación entre el cliente y el OOA, ya que a través de esto se logra la satisfacción del usuario. Victoria de Durango cuenta con una población mayor a 250 mil habitantes, por lo tanto, el nivel de atención se mide a través de la población, los municipios con mayor número de personas influyen de tal manera, que los servicios públicos ofrezcan una mejor calidad. Derivado a lo anterior abordaremos desde la



expectativa del usuario a base de indicadores, acompañado de la herramienta SERVQUAL para conocer el servicio que recibe cada cliente, así como las variables de atención, competitividad y evaluación de las capacidades administrativas de servicio.

Códigos JEL: Q5, Q53, Q58.

Palabras clave: Gestión, Indicadores, Eficiencia, Servicio, Capacidad, Victoria de Durango.

Abstract

Customer service is a fundamental element for the success of any company, especially those that provide essential services such as drinking water. In Victoria de Durango, Mexico, the Water Operating Agency is responsible for providing this service to the population. The objective of this research is to understand the management of human talent in Water Operating Organizations (OOA), as well as the study of the customer service system, the quality of service for users and the monopoly of providing to the community. The supply of drinking water, sanitation and sewage. Therefore, it is important to focus from the user's perspective, as well as the attention, uncertainty and effectiveness of the service, because the efficiency of the OOA influences in such a way that there is a good relationship between the client and the OOA, since that through this user satisfaction is achieved. Victoria de Durango has a population of more than 250 thousand inhabitants; therefore, the level of care is measured through the population, the municipalities with the greatest number of people influence in such a way that public services offer better quality. Derived from the above, we will approach from the user's expectation based on indicators, accompanied by the SERVQUAL tool to know the service that each client receives, as well as the variables of attention, competitiveness and evaluation of administrative service capabilities.

Key words: Management, Indicators, Efficiency, Service, Capacity, Victoria de Durango.

Introducción

Un buen servicio al cliente en los Organismos Operadores de Agua es fundamental para garantizar un suministro de agua eficiente, confiable y satisfactorio para los usuarios. Estos

organismos son responsables de administrar, operar y mantener los sistemas de abastecimiento de agua potable y saneamiento en una comunidad o región. El servicio al cliente desempeña un papel fundamental en la relación entre los organismos operadores y los usuarios, ya que representa el primer punto de contacto y la interfaz principal a través de la cual se gestionan las necesidades y dudas de los usuarios. En un contexto en el que el acceso al agua potable y al saneamiento es esencial para la salud pública y el bienestar de la población, el servicio al cliente se convierte en un componente crítico para lograr los siguientes objetivos:

- Comunicación eficiente, la introducción del servicio al cliente permite establecer canales efectivos de comunicación entre los usuarios y los organismos operadores. Esto garantiza que la información sobre cortes de agua, mantenimientos programados, tarifas y otros aspectos importantes lleguen de manera oportuna a los usuarios.
- Satisfacción del cliente, es un indicador clave de la calidad y eficacia de los servicios que brindan, cuando los usuarios están satisfechos con el suministro de agua potable y los servicios de saneamiento, se fortalece la confianza en la gestión de los recursos hídricos y se establece una relación positiva entre los usuarios y los proveedores de servicios. Aquí hay algunos factores y estrategias que contribuyen a la satisfacción del cliente en los organismos operadores de agua, así como el suministro confiable, y la disponibilidad constante y confiable de agua potable es fundamental.
- Servicio al cliente, se refiere a las actividades, prácticas y procesos diseñados para brindar asistencia, información y soluciones a los usuarios en relación con el suministro de agua potable y los servicios de saneamiento. El objetivo principal es asegurar una experiencia positiva y satisfactoria para los usuarios, respondiendo a sus necesidades, consultas y sospechas de manera efectiva. Esto implica escuchar activamente sus inquietudes, proporcionar respuestas claras y relevantes, y ofrecer soluciones adaptadas a sus necesidades específicas.

El propósito principal es el estudio desde la expectativa y percepción del usuario del servicio de los OOA, este campo de investigación se enfoca en analizar y evaluar el funcionamiento, la gestión y los desafíos de los organismos encargados del suministro y manejo del agua en un área geográfica determinada. Además de valorar y mejorar la calidad del servicio,

fortalecer la satisfacción de los usuarios, optimizar la eficiencia y transmitir la confianza entre la organización y los usuarios.

En los últimos 70 años, el sector de agua potable, alcantarillado y saneamiento en México ha transitado gradualmente hacia la descentralización administrativa: el ámbito municipal ha asumido la responsabilidad por la provisión de estos servicios. (INEVAP, 2019).

De acuerdo con (INEVAP, 2019) el abasto público ha ganado terreno en las últimas décadas. En 1930, 38% de la población vivía en zonas urbanas; para 1950, ya alcanzaba el 43%. Actualmente, más del 80% de la población mexicana habita en zonas urbanas.

A través de un proceso de descentralización, se creó la Secretaría de Recursos Hidráulicos en 1946, y en 1947 se emitió el Reglamento de Juntas Federales de Agua Potable, con el cual, la Secretaría administraría sus atribuciones de control. Al mismo tiempo, estas juntas serían el antecedente directo de los organismos operadores de agua en los gobiernos locales (INEVAP, 2019).

El gobierno mexicano, a través de la Comisión Nacional del Agua (CONAGUA, 2009), es la autoridad encargada de la gestión y regulación del agua a nivel nacional.

La evaluación de la eficiencia de los organismos administradores del agua, (CONAGUA, 2009) lo define como, “La eficiencia de un sistema de agua potable que se refiere a la capacidad de captar, conducir, regularizar, potabilizar y distribuir el agua, desde la fuente natural hasta los consumidores, con un servicio de calidad total”. La eficiencia comercial se entiende como la venta de servicios de agua potable y servicios de agua potable. (CONAGUA, 2009).

De acuerdo con el censo de población más reciente, (INEGI, 2020), se muestra la junta municipal de agua y los habitantes (Ver tabla 1) en el municipio de Victoria de Durango.

Tabla 1
 Habitantes en el Estado de Durango, y sus juntas municipales de agua

Clave del municipio	Municipio	Población año 2020	Junta Municipal del agua	Ente Público o privado
005	Durango	688,697	AMD (Aguas del municipio de Durango)	Público

Fuente: Elaboración propia con información de INEGI (2020).

La eficiencia comercial está asociada a indicadores de desempeño porque proveen una base común de comparación, permiten monitorear los avances de la política tarifaria y de recaudación, posibilitan la detección de fortalezas y debilidades del Organismo Operador del Agua, facilitan las respuestas ante riesgos y factores de desviación en las metas de recaudación.

Todos estos elementos parten del supuesto de que el Organismo Operador de Agua funciona como un monopolio natural y aplicar instrumentos de mercado no serían útiles (INEVAP, 2019).

Este estudio abordara diversos aspectos, como la gobernanza, la infraestructura, la financiación, la eficiencia operativa, la participación comunitaria, la sostenibilidad y por supuesto nuestro énfasis de estudio la calidad del servicio. Algunos temas comunes que se exploran incluyen, la estructura organizativa, el marco legal y la regulación que rigen a los organismos, incluyendo su relación con los gobiernos locales, las entidades reguladoras y otros actores involucrados en la gestión del agua.

Antecedentes del agua en Victoria de Durango

El municipio de Victoria de Durango paso por distintas diversificaciones de agua (Ver figura 1) hasta llegar a un Organismo Operador de Agua, se muestran algunos de los antecedentes del agua, y sus procesos hasta convertirse en un proyecto del cuidado del agua, hasta llegar al Organismo Operador de Agua, Aguas del Municipio de Durango.



Figura 1. Antecedentes del agua en victoria de Durango
Fuente: Elaboración propia con información de (INEVAP 2020).

Antecedentes del Organismo Operador de Aguas del Municipio de Durango

De acuerdo a los datos de eficiencia registrados en la estadística de los organismos operadores, del agua que se suministra a la ciudad, solo se consume menos del 80% en tanto que se paga menos del 70% del agua total facturada, lo cual implica un uso irracional del agua en la ciudad de Durango. (CONAGUA, 2016).

Se construyó un proyecto llamado “Agua Futura” hizo mejorar la calidad de agua, se elevó la eficiencia integral de la gestión del Organismo Operador de Agua. El 19 de agosto de 2005, el Cabildo del Ayuntamiento de Durango resolvió crear el Organismo Público Descentralizado de la Administración Pública del municipio de Durango, denominado, “Aguas del Municipio de Durango”. A la luz del cambio de denominación por el nuevo Organismo Aguas del Municipio de Durango (AMD), se emitió en 2005 el Reglamento Interno del Organismo Público Descentralizado Aguas del Municipio de Durango. (CONAGUA, 2016).

Este documento previó las funciones de un departamento comercial que estaría a cargo de la política tarifaria y de los mecanismos para la captación de ingresos, mediante la regularización y la proyección del crecimiento en la demanda por el servicio. Las responsabilidades específicas del departamento son inherentes al aumento en la eficiencia comercial. (INEVAP, 2019).

En el año 2005 se le denomina a este Organismo Aguas del Municipio de Durango y en 2008 se comienza con el marco-proyecto “Agua futura” llamado ahora “Agua para todos”, para asegurar el abastecimiento de agua de la población de la ciudad de Durango en los próximos cincuenta años a través de varias estrategias. (Aguas del Municipio de Durango, Cultura del Agua 2019).

Aguas del municipio de Durango es un organismo público descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propios. AMD no recibe subsidio de operación de ninguna instancia de gobierno su única fuente de ingresos la constituye el pago de los servicios de agua potable, alcantarillado y saneamiento de sus 170,000 usuarios. (INEVAP, 2019).

La ciudad de Durango en el 2014 se abastecía de agua subterránea que era extraída a través de pozos del acuífero valle del Guadiana. La distribución del agua potable hacia las casi 80 colonias de la ciudad, actualmente se realiza por medio de tanques de almacenamiento y directamente de los pozos que alimentan a la red de distribución. (CONAGUA 2014).

La AMD en el 2014 contaba con un padrón de 152,298 usuarios de los cuales 142,972 son usuarios domésticos, 8,515 usuarios comerciales, 389 usuarios industriales y 422 dependencias de gobierno de los tres niveles. (CONAGUA 2014).

La Comisión Nacional del Agua, considera que los organismos operadores de agua tienen 5 sistemas necesarios para su funcionamiento: el sistema comercial, operativo, de planificación, financiero y administrativo. Estos sistemas se dividen en subsistemas que se materializan en la estructura orgánica de los organismos operadores. (CONAGUA, 2016).

El suministro de agua para consumo humano en la ciudad proviene de pozos, en época de estiaje el nivel freático se abate elevando los costos de extracción y disminuyen la calidad del agua por la presencia de Arsénico y Flúor de tal manera que en ocasiones se opta por parar el bombeo. (CONAGUA, 2016).

El suministro de agua debe incluir evaluar los costos directos e indirectos que permitan operar el sistema con suficiencia hidráulica y financiera sobre la base de condiciones actuales y futuras, de tal manera que en el corto plazo se pueda prescindir de subsidios económicos para poder seguir ofreciendo a la ciudad agua de buena calidad. (INEVAP, 2019).

Materiales y métodos

Se estudiarán las distintas variables desde la percepción y expectativas del servicio al cliente y la calidad sobre el servicio del agua de forma en que los usuarios estén conformes con la atención recibida. La perspectiva de las personas en cuanto a la gestión de los OOA ya que la variable del servicio al cliente se ve por distintos factores del servicio, los usuarios esperan recibir agua potable de alta calidad que cumplan con los estándares de salud y seguridad.

El universo de esta investigación será definido por características como ubicación geográfica, tipo de usuario (residencial, comercial, industrial), entre otros, pero enfocándonos en el Organismo Aguas del municipio. (CONAGUA, 2016).

En la muestra se considerarán las encuestas que se utilizaran como herramientas de recolección de datos apropiadas y son diseñados para obtener información relevante sobre la satisfacción del cliente, expectativas, percepciones y áreas de mejora del servicio además del servicio al cliente de las empresas administradoras de agua está compuesto por todos los

usuarios o clientes que interactúan con dichas empresas, con los habitantes de los municipios de Victoria de Durango.

Por lo tanto, de esta manera se presenta un estudio cualitativo con corte transversal no experimental, de tipo descriptivo, ya que se trata de un análisis de un periodo de tiempo y un análisis de correlación.

El del instrumento que se utiliza en esta investigación es un formulario de Google, en donde podemos analizar las diferentes opiniones del servicio en Victoria de Durango.

Los resultados de este instrumento serán medidos con el instrumento SERVQUAL que nos permite medir la calidad del servicio.

La fórmula utilizada se define de la siguiente manera:

(1)

$$n = \frac{N Z^2(p(1 - p))}{(N - 1) me^2 + Z^2(p(1 - p))}$$

N = Tamaño de la población

Z = Margen de confiabilidad

p = Proporción aproximada del fenómeno en estudio en la población de referencia

me = margen de error

La investigación del servicio al cliente consta en dos fases, en la fase 1 se generará una base de datos para la recolección de la información de las encuestas aplicadas en el formulario de Google, a las personas del estado de Durango, en la fase 2 se complementará la información obtenida de estas encuestas, se analizará la información para poder llegar a una interpretación adecuada.

Algunas de las variables clave incluyen el tiempo de respuesta, por ejemplo, el tiempo que el operador del organismo en responder a las consultas, quejas o reclamos de los usuarios.

Resultados y discusión

En Victoria de Durango se realizaron un total de 216 encuestas y los resultados de las respuestas radican entre estas edades (Ver figura 2).

En base a la experiencia del servicio de los habitantes del municipio de Victoria de Durango, las edades en cuanto al tiempo radicando en la zona evalúa de una manera más eficaz a este Organismo Operador de Agua.

Los datos más relevantes sobre la eficiencia y satisfacción de los servicios del OOA consta de dos preguntas muy importantes: ¿El OOA deberá contar con equipos modernos?, y ¿El OOA cuenta con equipos modernos?, podemos analizar que esto viene desde la percepción y la perspectiva del usuario, podemos calificar el servicio con estas preguntas y respuestas, ya que si el OOA no tiene equipos modernos el servicio al cliente no será tan efectivo.

Las entrevistas (ver figura 3) que se aplicaron a los 216 usuarios, corresponde a la herramienta SERVQUAL (*Service of Quality*). Con base a la experiencia del servicio de los habitantes del municipio de victoria de Durango, las edades corresponden entre este rango (Ver figura 2) en cuanto al tiempo radicando en la zona evalúa de una manera más eficaz a este Organismo Operador de Agua.

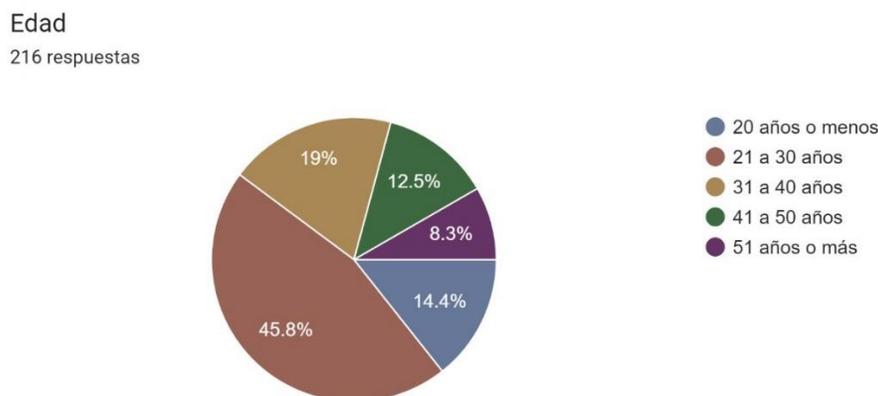


Figura 2. Encuestas.

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas aplicadas en Victoria de Durango.

La mayoría de las personas encuestadas (58%) tienen un nivel de estudios de licenciatura, (Ver figura 3), el estudio se mide desde la perspectiva del nivel estudio de las personas. La alta proporción de personas con licenciatura indica que la encuesta se enfocó en un grupo con un nivel educativo relativamente alto. La presencia de un 22% de las personas con posgrado y un 8% con bachillerato sugiere que la encuesta también incluye a una pequeña porción de la población con mayor y menor nivel educativo que la mayoría.

Nivel de estudios completado al día de hoy
216 respuestas

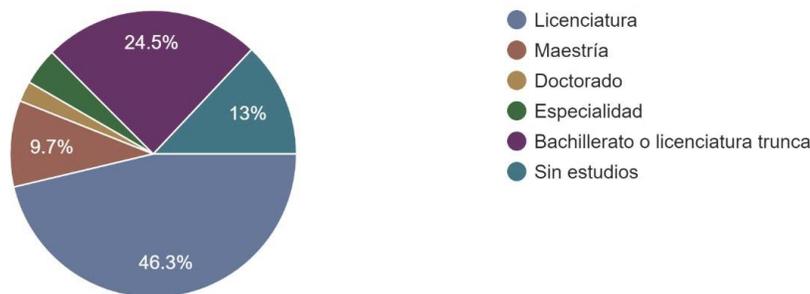


Figura 3. Encuesta.

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas aplicadas en Victoria de Durango.

En la primera pregunta que se planteó en el instrumento, los resultados fueron favorables sobre tener equipos modernos en las instalaciones de Aguas del municipio, con un 73.6% que los considera muy modernos y un 3.2% considera negativamente no necesario tener equipos modernos (Ver figura 4). Por lo tanto, Los resultados de la primera pregunta indican que la mayoría de los encuestados están satisfechos con la modernidad de los equipos en las instalaciones de Aguas del municipio. Sin embargo, es importante tener en cuenta las posibles limitaciones de la encuesta y realizar análisis más profundos para confirmar estos resultados.

216 respuestas

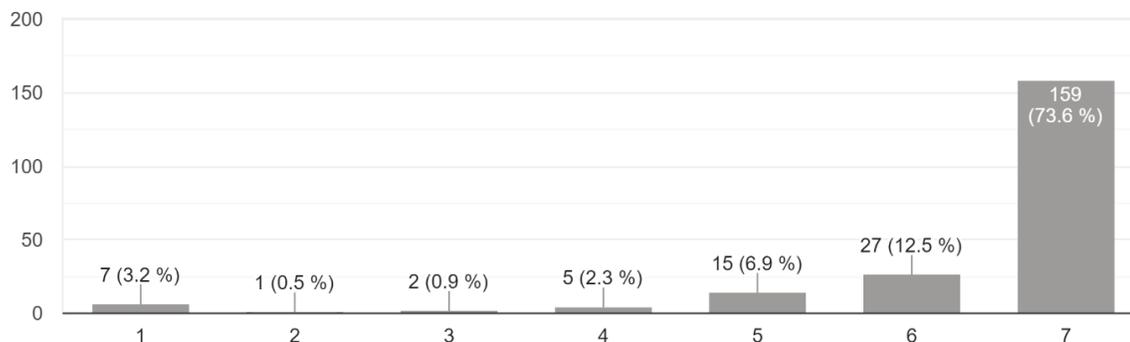


Figura 4. La empresa agua del municipio de Durango (AMD) deben tener equipos modernos.

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas aplicadas en Victoria de Durango.

Los usuarios en Victoria de Durango hacen énfasis en el pronto servicio a sus clientes, ya que el Organismo Operador de Agua tiene ciertas quejas en cuanto a la atención de casos de emergencia tales como el alcantarillado, que el problema que se destaca comúnmente en

Victoria de Durango (Ver figura 5). Los usuarios de Victoria de Durango exigen un servicio más rápido y eficiente por parte del Organismos Operadores del Agua. Debe tomar medidas para mejorar la atención a las emergencias y la comunicación con los usuarios para aumentar la satisfacción con el servicio.

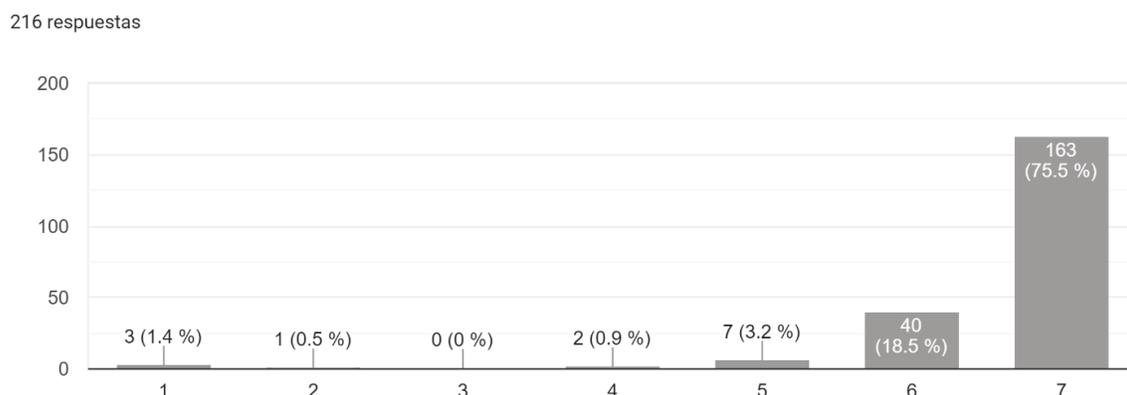


Figura 5. Los colaboradores de AMD deben dar un pronto servicio a sus clientes/usuarios.
Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas aplicadas en Victoria de Durango.

Desde la percepción del usuario tenemos resultados de acuerdo con la insatisfacción del Organismo Operador de Agua, (Ver figura 6), es considerable que para un mayor resultado de atención eficaz es necesario contar con equipos que puedan resolver los distintos aspectos dentro de la atención del usuario.

Se recomienda:

- Implementar medidas para mejorar el servicio: El Organismo Operador de Agua debe tomar medidas concretas para mejorar la calidad del servicio que ofrece a los usuarios.
- Identificar las áreas de mayor insatisfacción: Es importante realizar un análisis más profundo para identificar las áreas en las que los usuarios están más insatisfechos y enfocarse en mejorarlas.
- Comunicar las mejoras a los usuarios: El Organismo Operador de Agua debe comunicar a los usuarios las medidas que está tomando para mejorar el servicio y los resultados que se están obteniendo.

216 respuestas

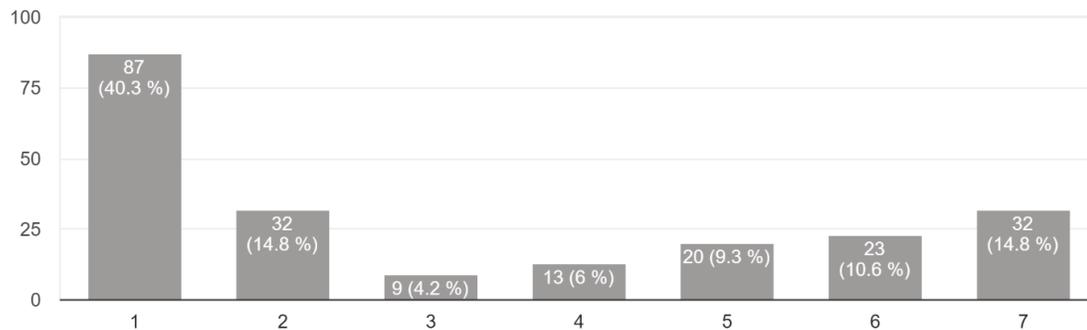


Figura 6. La empresa AMD cuenta con equipos modernos.

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas aplicadas en Victoria de Durango.

La pronta atención en el servicio nos muestra que no reciben el servicio en un tiempo determinado, existen respuestas negativas sobre el cumplimiento de los compromisos en la asistencia. (Ver figura 7). Esto muestra una insatisfacción con la pronta atención en el servicio del Organismo Operador de Agua. Es necesario que el Organismo Operador de Agua tome medidas para mejorar la eficiencia del servicio y cumplir con los compromisos que adquiere con los usuarios.

216 respuestas

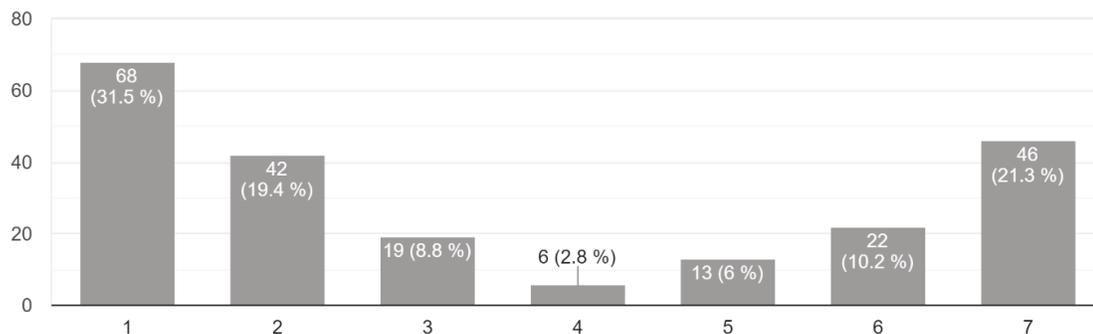


Figura 7. Los colaboradores de AMD dan un pronto servicio a sus clientes/usuarios.

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas aplicadas en Victoria de Durango.

Conclusión

Análisis del servicio al cliente del Organismo Operador de Agua en Victoria de Durango.

Resumen de resultados

- Encuestas: Se analizaron 216 encuestas a usuarios de Victoria de Durango.
- Perspectiva general: Los datos muestran una perspectiva general del servicio, pero se requiere un análisis individualizado por tipo de usuario (doméstico, residencial, público).
- Eficiencia y satisfacción: La mayoría de los usuarios consideran que Aguas del Municipio de Durango (AMD) no está lo suficientemente preparado en cuanto a instalaciones y servicio al cliente.
- Variaciones: Los resultados varían según la zona y la tarifa del usuario.
- Desempeño: AMD trabaja para mejorar el servicio a nivel de usuario.
- Abastecimiento de agua: La ubicación geográfica de Durango y el sistema de abastecimiento de agua subterránea generan descontrol entre el OOA y los usuarios.

Recomendaciones

1. Necesidad de análisis segmentado:

- La satisfacción con el servicio de AMD varía considerablemente entre los distintos tipos de usuarios.
- Se recomienda realizar un análisis segmentado por tipo de usuario (doméstico, residencial, público) para identificar sus necesidades y problemas específicos.
- Esto permitirá a AMD desarrollar estrategias personalizadas para mejorar la satisfacción de cada segmento de usuarios.

2. Priorizar la inversión en infraestructura:

La infraestructura deficiente es una de las principales causas de insatisfacción entre los usuarios.

AMD debe priorizar la inversión en la modernización de sus instalaciones, incluyendo:

- Reducción de fugas y averías.
- Ampliación de la cobertura del servicio.
- Modernización de los sistemas de tratamiento y distribución de agua.

- La inversión en infraestructura tendrá un impacto positivo en la eficiencia del servicio y la satisfacción del usuario.

3. Fortalecimiento del servicio al cliente:

La atención al cliente deficiente es otro factor que afecta la satisfacción del usuario.

AMD debe implementar medidas para fortalecer su servicio al cliente, incluyendo:

- Capacitación del personal en habilidades blandas y técnicas.
- Implementación de canales de comunicación eficientes y accesibles.
- Agilización de los procesos de atención al cliente.
- Implementación de un sistema de gestión de quejas y sugerencias.
- Un servicio al cliente eficiente y de calidad es clave para mejorar la percepción del usuario y fidelizarlo.

4. Comunicación transparente y efectiva:

La falta de comunicación efectiva genera desconfianza e insatisfacción entre los usuarios.

AMD debe mejorar su comunicación con los usuarios, incluyendo:

- Informar de forma clara y oportuna sobre las interrupciones del servicio.
- Brindar información precisa sobre tarifas y facturación.
- Implementar canales de comunicación bidireccionales para escuchar las necesidades de los usuarios.
- Una comunicación transparente y efectiva es fundamental para construir una relación de confianza con los usuarios.

5. Adaptación a las características del sistema de abastecimiento:

Las características del sistema de abastecimiento de agua de Durango (ubicación geográfica, agua subterránea) presentan desafíos particulares.

AMD debe adaptar sus estrategias a estas características para optimizar el servicio, incluyendo:

- Implementar programas de uso eficiente del agua.
- Desarrollar estrategias para reducir la dependencia del agua subterránea.

- Invertir en tecnologías de tratamiento de agua que se adapten a las condiciones locales.
- La adaptación a las características del sistema de abastecimiento permitirá a AMD brindar un servicio más eficiente y sostenible.

El análisis del servicio al cliente del Organismo Operador de Agua en Victoria de Durango revela áreas de mejora en cuanto a infraestructura, atención al cliente, comunicación y adaptación al sistema de abastecimiento. Se recomienda implementar estrategias específicas para cada una de estas áreas, tomando en cuenta las necesidades de los diferentes tipos de usuarios.

La mejora del servicio al cliente debe ser una prioridad para AMD, ya que esto tendrá un impacto positivo en la eficiencia del servicio, la satisfacción del usuario y la sostenibilidad del sistema de agua en Victoria de Durango.

Referencias

- CONAGUA. (2009). Estadísticas del agua en México. Ciudad de México: Conagua. Disponible en: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/259343/2009_Atlas_del_Agua_en_Mexico_2009.compressed.pdf
- CONAGUA. (2014). Estadísticas del agua en México. Ciudad de México: Conagua. Disponible en: <https://www.conagua.gob.mx/CONAGUA07/Publicaciones/Publicaciones/EAM2014.pdf>
- CONAGUA. (2016). Estadísticas del agua en México. Ciudad de México: Conagua. Disponible en: <https://files.conagua.gob.mx/conagua/publicaciones/Publicaciones/EAM%202021.pdf>
- INEGI. (2020). Censo de Población y Vivienda: marco conceptual / Instituto Nacional de Estadística y Geografía. México. Disponible en: https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825197520.pdf

INEVAP. (2019). Programa Eficiencia Comercial mediante Recaudación de Aguas del Municipio de Durango. Disponible en: <https://implandgo.gob.mx/IMPLAN/Sistema%20de%20Evaluaci%C3%B3n%20del%20Desempe%C3%B1o/EficienciaComercial-AMD%202019.pdf>

INEVAP. (2020). Evaluación Específica del Sistema Descentralizado de Agua Potable y Alcantarillado. Disponible en: https://sideapa.gob.mx/paginatransparencia/M/assets/files/eesp_opa_gomez-palacio_PUB.pdf

El comercio internacional a cargo del camarón blanco *International trade in charge of white shrimp*

Jesús Alberto Somoza Ríos
0000-0002-1168-9355
alberto.somoza@uas.edu.mx

Rosa Del Carmen Lizárraga Bernal
0000-0003-1724-2922
carmen.lizarraga@uas.edu.mx

Ada Conchita Flores Díaz
conchitaflores@uas.edu.Mx

Resumen

México tiene 11,122 km de costa continental que bordean dos océanos principales, el Pacífico y el Atlántico. Diecisiete entidades federativas tienen litoral, 11 en el Pacífico y 6 en Golfo de México y mar Caribe. La producción pesquera nacional proviene tanto de la pesca (realizada con diferentes artes de pesca según el tipo de pez y la zona) como de la acuicultura (producción industrial). El aprovechamiento del camarón en océanos y lagunas del Pacífico, sistemas estuarinos, ciénagas y bahías es una de las actividades más importantes en la costa y en el país debido a los múltiples empleos directos e indirectos en su recolección, procesamiento y comercialización. La presente investigación mostrará un análisis del comercio internacional de camarón blanco de 2007 a 2015 como una opción de desarrollo económico regional en el país. La finalidad de esta investigación es mostrar que el comercio internacional que se vive en el país y sobre todo en el Estado de Sinaloa a cargo del camarón blanco, tiene necesidades muy variadas sobre este producto alimenticio, sobre todo en el punto de que es necesario importar camarón para satisfacer las necesidades del mercado nacional.

Palabras claves: Comercio internacional, camarón blanco, acuicultura.

Códigos JEL: F1, F13, F2, F21, Q22.



Abstract

Mexico has 11,122 km of continental coastline bordering two main oceans, the Pacific and the Atlantic. Seventeen states have coastlines, 11 in the Pacific and 6 in the Gulf of Mexico and Caribbean Sea. National fish production comes from both fishing (carried out with different fishing gear depending on the type of fish and the area) and aquaculture (industrial production). Shrimp harvesting in Pacific oceans and lagoons, estuarine systems, marshes and bays is one of the most important activities on the coast and in the country due to the many direct and indirect jobs in harvesting, processing and marketing. This research will show an analysis of the international trade of white shrimp from 2007 to 2015 as an option for regional economic development in the country. The purpose of this research is to show that the international trade that is experienced in the country and especially in the State of Sinaloa in charge of white shrimp, has very varied needs on this food product, especially at the point that it is necessary to import shrimp to meet the needs of the domestic market.

Keywords: Commerce international, white shrimp, aquaculture.

Introducción

El comercio internacional es una actividad que beneficia a los países que la practican, esto permite el intercambio de productos para satisfacer mercados los cuales sería muy difícil cumplir con sus demandas si no se realizara tal actividad.

México se caracteriza por exportar productos primarios para satisfacer otros mercados, Sinaloa es un principal exportador de carne de cerdo, carne de res, carne de pollo, carne de avestruz, pescado, tomate y maíz, pero el principal producto de exportación que tiene el Estado es, el camarón blanco. Tal como se mencionó en el resumen inicial, esta investigación mostrará un análisis internacional de camarón blanco de 2007 a 2015 como una opción de desarrollo económico regional en el país. La finalidad que tiene es mostrar que el comercio internacional que se vive en el país y sobre todo en el Estado de Sinaloa a cargo del camarón blanco, tiene necesidades muy variadas sobre este producto alimenticio, sobre todo en el punto de que es necesario importar camarón para satisfacer las necesidades del mercado nacional (Arredondo, 1994). Así mismo, se mostrarán escenarios y comparaciones con otros

países sobre las cantidades que se exportan, por último se abordará sobre el impacto que tiene el TLCAN³ con nuestro principal cliente para enviar camarón que es Estados Unidos.

Comercio internacional del camarón blanco

Muchos autores definen al comercio internacional como la práctica que se realiza entre países a lo largo de siglos, si queremos remontarnos un poco en la historia contextualicémonos cuando se dio el descubrimiento de América, gracias a Cristóbal Colón, España pudo conocer el oro que tenían los pueblos indígenas. Mientras que los pueblos americanos pudieron conocer las armas, enfermedades, espejos y otras cosas gracias a lo que provenía de tierras españolas.

Para México es muy importante la producción de camarón para satisfacer demandas nacionales e internacionales que se generan a raíz de este, tal y como se menciona en la revista emitida por la FAO en 2016 "*La pesca y la acuicultura siguen siendo importantes fuentes de alimentos, nutrición, ingresos y medios de vida para cientos de millones de personas en todo el mundo...*" (Somoza, 2020).

Derivado de lo anterior, se comenzará mostrando cuál era demanda mundial de camarón de acuerdo con distintos rubros que menciona la revista Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura⁴ (ver figura 1).



Figura 1. Escenario del camarón a nivel mundial.
Fuente: FIRA 2009.

³ Tratado de Libre Comercio de América del Norte

⁴ FIRA

Los datos en la acuicultura son muy escasos ya que no todos los productores dan a conocer los resultados que tuvieron en la producción, en otros casos no pueden reportar la cantidad producida porque son empresas informales⁵, pero aun así de acuerdo con el reporte de la FIRA en 2009 menciona cuáles son los países importadores de camarón en el mundo (ver figura 2).

Principales países importadores de camarón en el mundo							
Cifras en miles de toneladas							
País	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Japón	248.9	233.2	241.4	232.4	230.0	207.3	209.4
Estados Unidos	429.8	505.6	518.5	531.7	592.7	558.2	566.5
España	127.8	143.2	144.8	155.7	179.4	178.9	180.7
Alemania	23.4	27.0	30.0	35.1	39.9	48.9	49.4
Francia		93.8	101.5	101.1	105.0	107.5	108.6
Reino Unido		90.3	93.8	89.9	89.2	87.5	87.9
Italia	48.3	55.0	56.2	62.9	72.9	74.4	75.1
Total	878.2	1,148.1	1,186.2	1,208.8	1,309.1	1,262.7	1,277.6

Figura 2. Principales países importadores de camarón en el mundo.
Fuente: FIRA 2009.

El dato que debe de interesarnos como mexicanos es la cantidad de miles de toneladas de camarón que importa nuestro vecino del norte, Estados Unidos. Se considera este dato importante para la ventana de comercio internacional entre el estado de Sinaloa y sobre todo del país como una oportunidad para una buena derrama económica.

Otro dato más reciente mostrado por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura⁶ en 2016 es el que se muestra en la siguiente tabla. Esta comprueba que en 2008 Estados Unidos y Japón son los principales importadores de camarón en el mundo, mientras que dentro de los diez principales exportadores aún no figura México (ver figura 3).

⁵ Empresa informar hace énfasis en que no tiene declaraciones fiscales.

⁶ FAO

LOS 10 PRINCIPALES EXPORTADORES E IMPORTADORES DE PESCADO Y PRODUCTOS PESQUEROS

	2004	2014	APR	
	<i>(En millones de USD)</i>		<i>(Porcentaje)</i>	
EXPORTADORES	Canadá	3.487	4.503	2,6
	Chile	2.501	5.854	8,9
	China	6.637	20.980	12,2
	Dinamarca	3.566	4.765	2,9
	Estados Unidos de América	3.851	6.144	4,8
	India	1.409	5.604	14,8
	Noruega	4.132	10.803	10,1
	Países Bajos	2.452	4.555	6,4
	Tailandia	4.060	6.565	4,9
	Viet Nam	2.444	8.029	12,6
	SUBTOTAL 10 PRINCIPALES	34.539	77.801	8,5
	SUBTOTAL RESTO DEL MUNDO	37.330	70.346	6,5
	TOTAL MUNDIAL	71.869	148.147	7,5
IMPORTADORES	Alemania	2.805	6.205	8,3
	China	3.126	8.501	10,5
	España	5.222	7.051	3,0
	Estados Unidos de América	11.964	20.317	5,4
	Francia	4.176	6.670	4,8
	Italia	3.904	6.166	4,7
	Japón	14.560	14.844	0,2
	Reino Unido	2.812	4.638	5,1
	República de Corea	2.250	4.271	6,6
	Suecia	1.301	4.783	13,9
	SUBTOTAL 10 PRINCIPALES	52.119	83.447	4,8
	SUBTOTAL RESTO DEL MUNDO	23.583	57.169	9,3
	TOTAL MUNDIAL	75.702	140.616	6,4

Figura 3. Los 10 principales exportadores e importadores de pescado y productos pesqueros.
Fuente: FAO 2016.

Como se puede observar en la tabla figura anterior, para 2004 solo un país de Latinoamérica es el que figuraba como exportador, datos más recientes, sitúan a México, Colombia, Ecuador, Honduras y Venezuela, como grandes exportadores de este crustáceo (Somoza, 2020).

El APEC ⁷ y el TLCAN juegan un papel muy importante en la comercialización de este producto alimenticio del que se ha venido hablando en esta investigación.

México cuenta con una participación muy pobre a nivel mundial, se considera oportuno detonar esta variable para poder competir con otros países en la calidad de

⁷ Asia-Pacific Economic Cooperation, en español Foro de cooperación Económica Asia-Pacífico.

exportación y sobre todo abrir nuevos mercados que tenga como impacto el generar empleo y una mejor derrama económica proveniente del sector acuícola.

En 2009 México tenía una proyección para 2015 en la producción nacional de camarón blanco (ver figura 4).



Figura 4. Producción nacional de camarón en México y proyección de 2007 a 2015.
Fuente: FIRA 2009.

La tendencia en crecimiento sobre la acuicultura es notoria y prolongada, por lo que las buenas prácticas de cultivo en granjas es un indicador atractivo para inversionistas, los Estados que más producen de acuerdo con Somoza y Saldaña (2021) son Sinaloa y Sonora. El 25 de septiembre de 2015, los Estados miembros de las Naciones Unidas aprobaron la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), se esperaba que orienten las acciones de los gobiernos para combatir uno de sus 17 objetivos que es la desnutrición infantil a lo largo de esos 15 años (2016-2030), (FAO, 2016).

Tomando esta situación anterior se reafirma la postura de explotar el comercio internacional exportando camarón, México a diferencia de otros países cuenta con dos mares (océano pacífico y golfo de México) que permite la producción de esta especie, tanto en altamar como en estanquerías (ver figura 5).

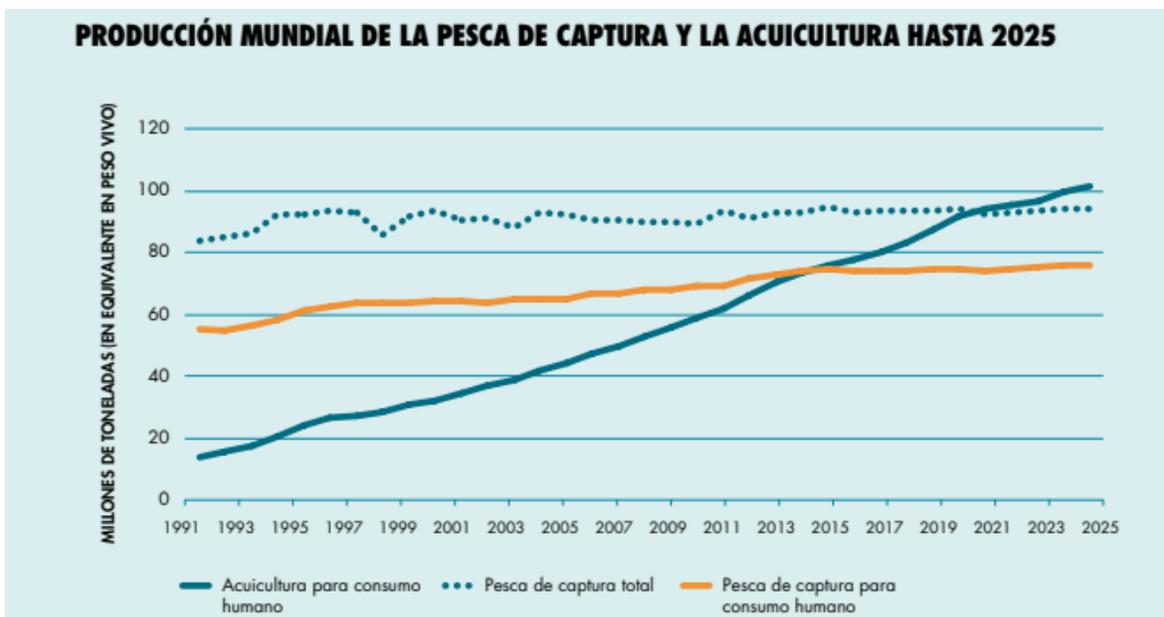


Figura 5. Producción mundial de la pesca de captura y acuicultura hasta 2025.
Fuente: FAO 2016.

El programa propuesto por la FAO hasta el año 2025 plantea un escenario donde la producción a cargo de la acuicultura despuntará y se convertirá en un gran negocio internacional.

El comercio internacional sirve y servirá para brindar grandes beneficios a la comunidad, sólo que tiene una única condición, la repartición de las ganancias deben ser equitativas para todos los que participarán en esta cadena de valor.

Conclusión

Actualmente el comercio de camarón blanco crece, en gran medida por el aumento de las importaciones de EE.UU. y los mercados de Asia Oriental. Gracias a la recuperación de la oferta de camarón de cultivo, las tendencias del comercio internacional de camarón han sido positivas, con un aumento de las importaciones en todos los mercados principales. Estados Unidos sigue siendo el mercado objetivo de muchos países productores de camarón.

La pesca del camarón es uno de los sectores más importantes en nuestro país, ocupando el primer lugar en términos de valor del producto, número de embarcaciones pesqueras grandes y pequeñas e infraestructura instalada. Este recurso biológico es muy valorado tanto a nivel nacional como internacional y las ventas en este mercado son una fuente importante de ingresos de divisas.

Por una parte, el aprovechamiento del camarón en los sistemas lagunarios estuarinos y bahías, tanto del litoral del Océano Pacífico y Golfo de California, como del Golfo de México y Mar Caribe, ha generado el establecimiento de pesquerías comerciales de particular importancia económica y social. Por lo tanto, el comercio internacional de camarón blanco es una actividad que beneficia a la comunidad que lo practica, permite el intercambio de bienes, productos, materia prima, información y conocimientos que permite el desarrollo.

Por último, retomando la postura que se vive sobre el tiempo de campañas electorales, el actual gobierno y los candidatos deben voltear a ver la situación que se vive en el sector acuícola, estamos seguros que esto traerá como consecuencia propuestas atinadas para la correcta implementación del comercio internacional como principal detonante del desarrollo económico regional, beneficiándose las MIPyMEs que se dedican directamente a la producción y/o comercialización de este producto e incluso aquellas que tienen participación a lo largo de su cadena de valor.

Referencias

Arredondo, J. (1994). Estado actual y perspectivas de la acuicultura en México. Contacto 14, p. 28-38.

FAO, para un mundo sin hambre. 2013. Visión general del sector acuícola nacional, México.

FAO. (2016). El estado mundial de la pesca y acuicultura. Disponible en: <http://www.fao.org/3/a-i5798s.pdf>

FIRA. (2009). Evaluación de los programas FIRA que canalizan apoyos. Evaluación realizada por el Grupo GEA. 2009. Disponible en: https://www.fira.gob.mx/Nd/Evaluacion_2009.pdf

Somoza Ríos, J. A. (2020). Desarrollo de un modelo de gestión organizacional hacia la sustentabilidad en la producción de camarón. Disponible en: <http://192.100.162.123:8080/handle/123456789/2343>

Somoza Ríos, J. A., & Saldaña Duran, C. E. (2021). Análisis de la literatura de la industria acuícola de la producción de camarón desde lo global hacia lo local. EDUCATECONCIENCIA, 29(30), 108-129.

La percepción del usuario al servicio al cliente del Organismo Operador de Agua en Mazatlán, Sinaloa, México
The user's perception of the water operator's customer service in Mazatlán, Sinaloa.

Ing. José Enrique Gutiérrez Domínguez
0009-0005-3857-635X
joseejnc@gmail.com

Dr. Jesús Alberto Somoza Ríos
0000-0002-1168-9355
alberto.somoza@uas.edu.mx

Dra. Rosa del Carmen Lizárraga Bernal
0000-0003-1724-2922
carmen.lizarraga@uas.edu.mx

Dra. Gilberto Niebla Lizárraga
0000-0003-3686-0486
gilberto.niebla@uas.edu.mx

Resumen

La efectividad del servicio al cliente por parte de las empresas de agua en Sinaloa, y en particular en Mazatlán, puede variar dependiendo de una serie de factores. En general, Sinaloa está trabajando para mejorar la eficiencia del servicio al cliente. La Junta Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Mazatlán (JUMAPAM), ha demostrado esfuerzos por mejorar la eficiencia de su servicio al cliente. Sin embargo, de acuerdo a la herramienta aplicada *ServQual* a los ciudadanos, los problemas principales del servicio al cliente que se presentan son el tiempo de respuesta lento sobre las dudas que tienen los clientes, la falta de canales de comunicación efectivos, problemas con facturación y el más común de los problemas es las lecturas incorrectas de los medidores de agua. Esta investigación es experimental de tipo descriptivo, donde se realizó con base en una encuesta que se aplicó a los habitantes del municipio de Mazatlán, con un factor de confiabilidad del 90%, derivado de eso, se realizaron un total de 293 encuestas, de las cuales se obtuvieron los resultados que se señalan más adelante en el artículo.

Palabras clave: Servicio al Cliente, Organismos, Percepción, Agua.



Abstract

The effectiveness of customer service by water companies in Sinaloa, and particularly in Mazatlan, can vary depending on a number of factors. In general, Sinaloa is working to improve customer service efficiency. The Junta Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Mazatlán (JUMAPAM) has demonstrated efforts to improve the efficiency of its customer service. However, according to the ServQual tool applied to citizens, the main customer service problems are slow response time to customer questions, lack of effective communication channels, billing problems, and the most common problem is incorrect water meter readings. This is a descriptive experimental research, which was conducted based on a survey applied to the inhabitants of the municipality of Mazatlan, with a reliability factor of 90%, derived from that, a total of 293 surveys were conducted, from which the results were obtained as indicated later in the article.

Key words: Customer Service, Agencies, Perception, Water.

Códigos JEL: H410, L800, M140.

Introducción

El propósito principal de la investigación del servicio al cliente en las organizaciones operadoras de agua se realiza para evaluar y proponer mejoras a la calidad del servicio, fortalecer la satisfacción de los usuarios, optimizar la eficiencia operativa y fomentar la transparencia y la confianza entre la organización y los usuarios en el municipio de Mazatlán, Sinaloa. La investigación se llevó a cabo para evaluar el nivel de satisfacción de los usuarios con respecto al servicio al cliente proporcionado por su Organismo Operador de Agua (OOA). Esto incluye aspectos como la respuesta a consultas y reclamos, la efectividad en la resolución de problemas, la comunicación clara y la accesibilidad a la información.

Sobre el servicio al cliente

El servicio de atención al cliente se refiere a la asistencia y asesoramiento que una empresa presta a los usuarios que utilizan sus productos o servicios, generalmente un servicio al

cliente de buena calidad se mide con base en la retención de clientes que genera (Lucas, Robert. 2015).

Este tipo de servicio tiene como objetivo el resolver problemas o dudas de sus clientes con respecto al producto comprado o al servicio contratado, en el caso de servicios las principales actividades son resolución de conflictos, servicio técnico y mantenimiento. (Paz, Renata 2005).

De acuerdo a Teresa y Dawn (1999) en una empresa la atención al cliente se considera un activo intangible que tiene la capacidad de cambiar la percepción que el cliente tiene de la misma, ayudando a la empresa a diferenciarse de otras en la industria.

Los dos métodos principales para recopilar comentarios son las encuestas a los clientes y la medición Net Promoter Score, que se utiliza para calcular la lealtad que existe entre un proveedor y un consumidor (Mandal, Pratap Chandra 2014). El Net Promoter Score se basa en una sola pregunta: «¿Cuán probable es que recomiende el producto o servicio a un familiar o amigo?», con base en las respuestas de una encuesta, podemos clasificar a los clientes como promotores, pasivos y detractores (Project Management Institute, 2021).

Historia de la gestión del agua en Mazatlán

Uno de los antecedentes importantes para esta investigación es la historia de la creación del organismo público descentralizado de la Administración Pública Municipal con personalidad jurídica y patrimonio propio, conocido como la Junta Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Mazatlán, Sinaloa (JUMAPAM), que tiene a su cargo la prestación de los servicios públicos de agua potable, alcantarillado. El Organismo Operador de Agua JUMAPAM (2020) afirma lo siguiente: El suministro de agua potable en la Ciudad de Mazatlán inició el 4 de mayo de 1890, la fecha está registrada en la historia de la ciudad de Mazatlán, cuando se inauguró la primera red de agua potable, obra hidráulica realizada por particulares bajo la concesión del Ayuntamiento de Mazatlán.

Esta obra, que en sus inicios se pensó que resolvería por siempre las necesidades de agua de la población, a medida que se dio el crecimiento poblacional y por los desajustes que trajo consigo el movimiento revolucionario de 1914 ocasionó que el agua nuevamente volviera a escasear en menos de 20 años.

Ante la inestabilidad existente, la estructura técnica y financiera de la compañía se tambaleó y provocó que la anteriormente sólida empresa desapareciera y en su lugar naciera la "Compañía Abastecedora de Agua Mazatlán".

Por un periodo de 9 años, la Compañía Abastecedora de Agua de Mazatlán se hizo responsable de la operación, haciendo uso de las mismas instalaciones y equipos, situación que provocó el rápido decaimiento del servicio.

Esta actitud y poco interés de la compañía por realizar nuevas inversiones y buscar nuevas fuentes de abastecimiento, llevó al Gobierno Estatal a cancelar la concesión a la "Compañía Abastecedora de Agua", para entregársela a la compañía Administradora de luz y Agua (Alfa) propiedad del Sr. Arthur de Cima León (Importante inversionista y Cónsul de los Estados Unidos). Con la advertencia de que sustancialmente debería mejorar el servicio de agua potable. Lamentablemente, esto no ocurrió, ya que durante los más de 10 años en los que esta compañía tuvo bajo su absoluta responsabilidad el proporcionar agua a la ciudad, usando la misma infraestructura operativa de origen, lo que implicó que continuamente se presentaran graves fallas en la zona de captación y constantes roturas en las líneas de conducción y con ello frecuentes problemas de desabasto.

Hacia el año 1949, el Señor Arthur De Cima decidió entregar la administración y operación de la compañía del agua al Gobierno Federal, instancia que por su parte determina que el nuevo responsable de suministrar el agua sería la Secretaria de Recursos Hidráulicos, ente que a través de un organismo que se denominaría "Junta Federal de Agua Potable" tomó el control del suministro del agua a la ciudad, este nuevo esquema, vino a proporcionar grandes beneficios, ya que fue el detonante de fuertes inversiones que trajeron consigo mejoras que garantizaron el abasto por los próximos 25 años.

Fue en esta época, en la que se buscaron nuevos mantos acuíferos que vinieran a satisfacer la creciente demanda y en ese sentido se tuvo bastante éxito, puesto que se localizó un vasto manto freático en las márgenes del Río Presidio, cerca de la comunidad de El Pozole.

La Junta Federal no sólo se concretó a perforar y a equipar nuevos pozos, al mismo tiempo amplió la red de distribución, usando tecnología de punta, esto se hizo posible al instalar un sistema de bombeo y distribución en que se utilizaron bombas más potentes y tubos conocidos como "Lock-joint", fabricados de concreto con alma de acero, de un

diámetro de 24 pulgadas, que otorgarían una capacidad de conducción de agua de 450 litros por segundo.

Después de 30 años de operar y administrar el sistema de agua potable, el Gobierno Federal decide hacer entrega de la Junta de Agua Potable al Gobierno del Estado, el que en forma apresurada cede el control de la misma al Municipio, en el año de 1980.

Bajo el control del Municipio, el sistema de agua potable se le denomina, Junta de Agua Potable alcantarillado de Mazatlán (JAPAM). Este organismo tuvo una existencia efímera, ya que justo al año de empezar su operación, el descontrol administrativo, manejos financieros no muy claros y la falta de experiencia de los nuevos dirigentes, provoca una crisis que ocasiona un agudo detrimento en el servicio. Esta situación plantea al Gobierno del Estado la urgente necesidad de establecer una mejor coordinación y estructura administrativa, lo que lleva a la decisión de que las juntas adquieran un carácter regional.

Por esta razón, en el año 1981 se determina que la Junta Municipal de Agua de Mazatlán, empiece a laborar como "Junta Regional de Agua Potable y Alcantarillado del Río Baluarte" (JURAPARB), institución que además del Municipio de Mazatlán, incluía la atención y servicios a Concordia, El Rosario, Escuinapa y San Ignacio.

Bajo este esquema, la Junta opera por un lapso de tres años, en los que no disponer de suficiente agua causa graves problemas de abastecimiento a la población, que, bajo circunstancias de crecimiento demográfico acelerado, orilla al Gobierno del Estado a replantear el esquema de administración de la junta, que dejara de ser Regional y es a partir de ese momento en que se determina que la Junta de Agua debe ser manejada directamente por el Municipio, bajo las siglas JIAPARB "Junta Intermunicipal de Agua Potable del Río Baluarte".

La duración de este nuevo régimen de trabajo fue breve, nuevamente a los tres años, por medio del Decreto 156 publicado en el Diario Oficial el 28 de diciembre de 1987, se oficializa la Municipalización de la junta.

Esta disposición, básicamente, consistía en otorgar la completa autonomía al Municipio para el control y manejo del sistema de agua de la ciudad y es así bajo esta circunstancia como surge la Junta Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Mazatlán (JUMAPAM) en 1988., saneamiento, tratamiento y disposición final de las aguas residuales del Municipio. (<https://jumapam.gob.mx/index.php/antecedentes>)

Objetivo de la investigación

La importancia de que una gestión inadecuada se origina en la condición humana de todo empresario. A la hora de encaminar, en una dirección correcta, a la organización, el ser humano tiene una tendencia natural a realizar acciones mínimas para la prestación de un servicio o producto. Una Junta Administradora de Agua Potable promedio, en el desarrollo de su gestión, carece de la capacitación adecuada que origina inconvenientes y desaciertos en los procesos y, más aún, en la toma adecuada de las decisiones, según el tradicional ciclo de Deming o PDCA (planificar-hacer-verificar-actuar) el cual de acuerdo a Tague (2005) “es un método iterativo de diseño y gestión utilizado en los negocios para el control y la mejora continua de procesos y productos”. El problema de la mala gestión tiene, como repercusión final, una caída de la rentabilidad, en este caso de carácter social. (Sandoval Cárdenas & Velásquez Cajas, 2021)

El objetivo principal de la investigación es evaluar y proponer mejoras a la calidad del servicio al cliente en el OOA, con el fin de fortalecer la satisfacción de los usuarios, optimizar la eficiencia operativa y promover la transparencia y confianza en el sector del agua.

Metodología

Este estudio corresponde a una investigación mixta de corte transversal no experimental, de tipo descriptivo, que se dividió en dos fases metodológicas.

De primera instancia, se determinó por medio de la siguiente fórmula matemática el total de encuestas que se necesitaron aplicar en cada ciudad con relación a la variable de servicio al cliente.

La fórmula utilizada se define de la siguiente manera:

$$n = \frac{N Z^2(p(1 - p))}{(N - 1) me^2 + Z^2(p(1 - p))}$$

Ecuación 1

N = Tamaño de la población

Z = Margen de confiabilidad

p = Proporción aproximada del fenómeno en estudio en la población de referencia

me = margen de error

Sustituimos los valores con la población que describimos en el primer apartado de esta investigación, con un nivel de confianza del 90% para Mazatlán y de acuerdo con la literatura la puntuación para el nivel de confianza seleccionado es de 1.64, con una proporción aproximada del 50% y un margen de error del 10%. Lo anterior dio como resultado, aplicar 269 encuestas.

Por último, las encuestas que se aplicó a 293 usuarios/clientes, corresponde a la herramienta SERVQUAL (*Service of Quality*), que está debidamente validada por el *Marketing Science Institute in Cambridge, Massachussets* de acuerdo con una investigación (Centro de Estudios de Opinión, 2002).

Posteriormente, la información fue procesada mediante la plataforma de visualización de datos e infografías Infogram basada en la web (<https://infogram.com>).

Resultados

El estudio se realizó en el estado de Sinaloa y este tiene alrededor de 3,026,943 habitantes según el Instituto Nacional de Información Estadística y Geografía (INEGI) y algunos municipios que tienen más de 250,000 habitantes son los que se muestran en (figura 1) pero para este estudio se enfocará en el municipio de Mazatlán.



Figura 1: Municipios con más de 250000 habitantes en Sinaloa.

Fuente: Elaboración propia con información de (Número de habitantes. Sinaloa, s. f.)

En esta investigación se utiliza un enfoque mixto que combina métodos cuantitativos y cualitativos para obtener una comprensión integral del servicio al cliente en las organizaciones operadoras de agua. La investigación se llevará a cabo en un área específica, considerando tanto usuarios residenciales como comerciales e industriales.

Se aplicó una encuesta estructurada a una muestra representativa de usuarios habitantes del municipio de Mazatlán diseñada para recopilar datos cuantitativos

sobre la satisfacción del cliente, la calidad del servicio, la comunicación, la eficiencia en la resolución de problemas y otros aspectos relevantes del servicio al cliente. Se administraron 293 encuestas en línea y presenciales, seleccionando a los participantes de manera aleatoria y asegurando una representación diversa de los usuarios.

Estas encuestas se llevaron a cabo utilizando una guía de entrevista que explora en detalle las experiencias, percepciones, expectativas y sugerencias relacionadas con el servicio al cliente. Se buscó obtener una comprensión profunda de los factores que influyen en la satisfacción del cliente y las áreas de mejora identificadas por los participantes.

Una escala de encuesta representa un conjunto de opciones de respuesta, numéricas o verbales, que abarcan un rango de opiniones sobre un tema. De acuerdo con lo anterior, la Escala Likert es utilizada para medir actitudes y opiniones con un mayor grado de especificidad, con base a esto las preguntas de las encuestas realizadas usan esta escala.

Una encuesta que es la Tipo Likert implementa preguntas que utilizan una escala de 1 o 7 puntos, conocida también como escala de satisfacción, que incluye un rango de opiniones que va de un extremo a otro.

En las siguientes figuras (figura 2 y figura 3) se despliegan las edades y el grado de estudios de los habitantes mazatlecos encuestados.



Figura 2: Encuestados divididos en grupos basados en sus edades.

Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta

Esta gráfica muestra que el 31.7% de las personas entrevistadas fueron de 21 a 30 años, el 13.7% de 20 años o menos y el resto fue de 31 años en adelante.



Figura 3: Encuestados divididos en grupos basados en su nivel de estudios.
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta

La gráfica presenta el nivel de estudios de los habitantes entrevistados en el municipio de Mazatlán y el 34% tiene un nivel de licenciatura, el 29% tiene solo el bachillerato, el 3% tiene maestría y el otro 8% tiene la especialidad.

Percepción del usuario/cliente hacia la empresa JUMAPAM

Las preguntas de la escala de valoración ayudan a determinar la opinión de la gente sobre su empresa, producto o servicio. Las siguientes preguntas de la escala de valoración realizadas contaron con opciones del 1 al 7, donde 7 representó una opinión positiva, el 4 denoto una falta de información para dar una respuesta objetiva y 1 se consideró desacuerdo total.

La figura 4 muestra las opiniones sobre el cumplimiento de JUMAPAM con sus compromisos de compensación fueron mixtas, con un 58 % de los encuestados que creía que la empresa cumplía en gran medida, y un 34 % que creía que la empresa cumplía moderadamente.

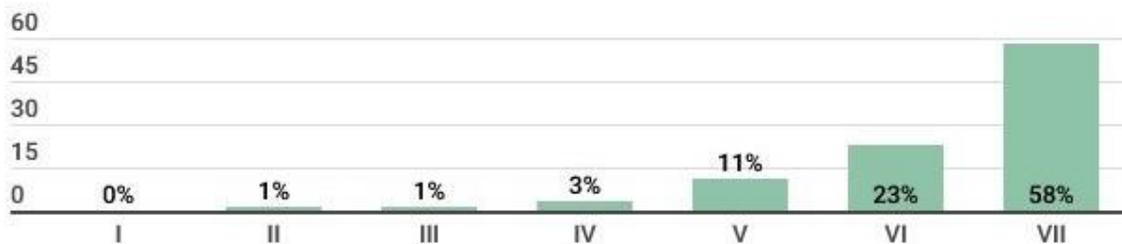


Figura 4: Cuando la empresa JUMAPAM promete hacer algún tipo de reparación en cierto tiempo, lo cumplen
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta

Sin embargo, también hay algunas personas (2 %) que tienen una visión negativa sobre el cumplimiento de los compromisos de compensación.

Los resultados de la figura 5 muestran que las personas tienen diferentes percepciones sobre el interés genuino de JUMAPAM en resolver los problemas de los clientes/usuarios. El 60 % de los encuestados dio una puntuación alta de 7, lo que indica un grado moderado de interés sincero; el 2 % de los encuestados dio una puntuación baja de 3, lo que indica un grado pequeño de interés sincero.

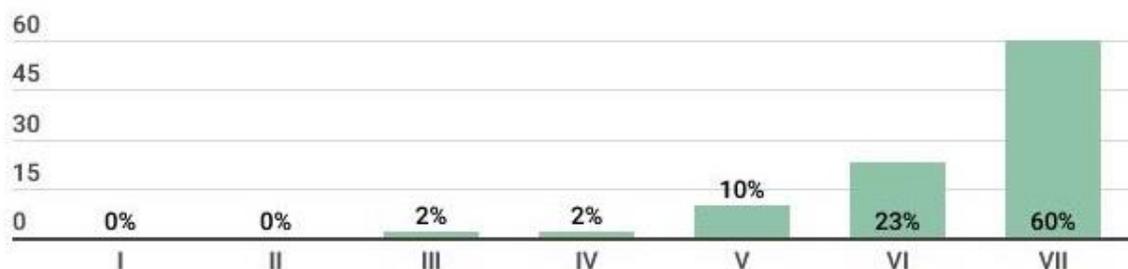


Figura 5: Cuando un cliente/usuario tiene un problema, la empresa JUMAPAM debe mostrar interés sincero en resolverlo.

Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta

Estos datos brindan información detallada sobre cómo los encuestados perciben el interés de JUMAPAM en la resolución de problemas y pueden servir como base para mejorar el servicio y la resolución de problemas para mantener la satisfacción del cliente.

Los resultados que se muestran en la figura 6 indican los diferentes puntos de vista sobre qué tan bien JUMAPAM sirvió a sus clientes durante el primer contacto.

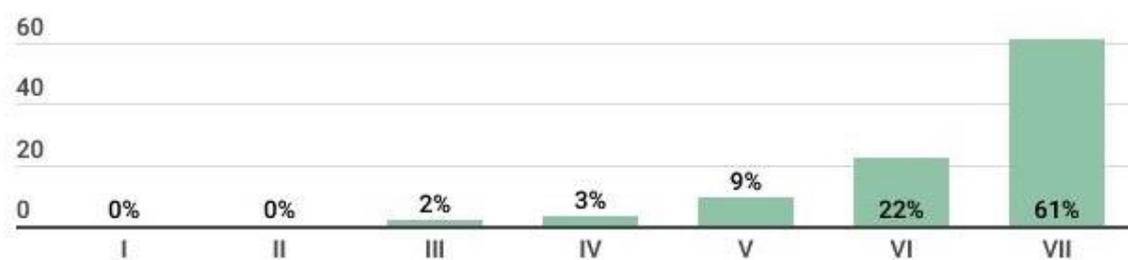


Figura 6: La empresa JUMAPAM realiza un servicio correcto en la primera oportunidad.

Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

El 61 % de los encuestados otorga una puntuación alta de 7, lo que demuestra que JUMAPAM normalmente ofrece el servicio adecuado en la primera oportunidad. Sin embargo, el 5 % de los encuestados dio una puntuación de 4 o menos.

La figura 7 presenta los resultados respecto a los lineamientos de JUMAPAM en cuanto a los tiempos de entrega de los servicios.

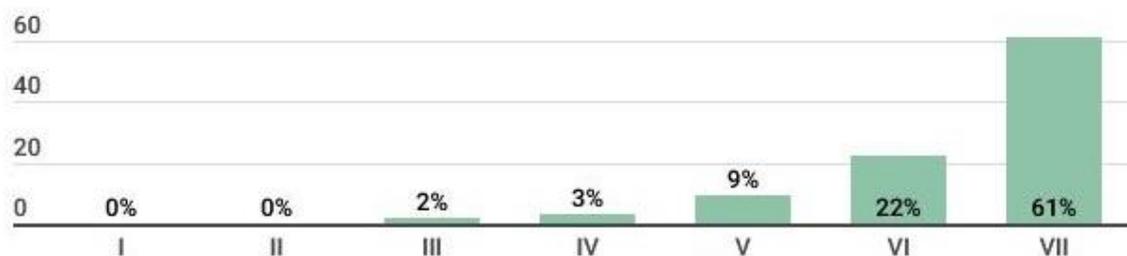


Figura 7: La empresa JUMAPAM provee sus servicios en el tiempo que ellos prometieron hacerlo.

Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

El 61 % de los encuestados otorga una puntuación alta de 7, lo que indica que JUMAPAM en gran medida entrega los servicios en el tiempo prometido. De manera similar, otro 2 % de los encuestados otorga una puntuación baja de 3, lo que indica que cree que JUMAPAM no cumple sustancialmente con el tiempo prometido para entregar los servicios.

De acuerdo a la figura 8 el 58 % de los encuestados otorgó una puntuación alta de 7, lo que significa que JUMAPAM principalmente brinda el servicio correcto lo antes posible y proporciona información suficiente a los clientes/usuarios.

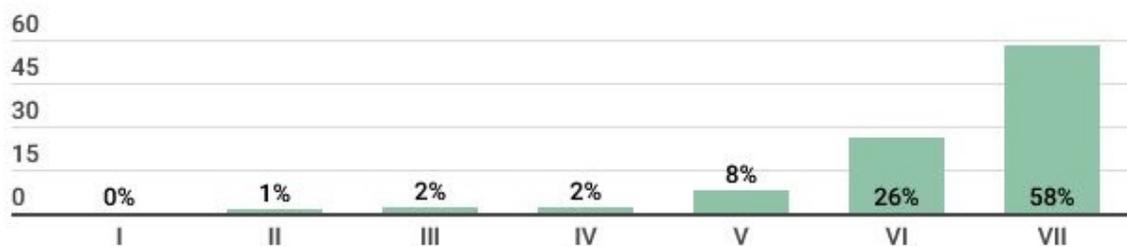


Figura 8: La empresa JUMAPAM informa a sus clientes/usuarios cuando serán desempeñados sus servicios.
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

Sin embargo, el 3 % de los encuestados otorgó una calificación baja de 3 o menos, lo que indica que sienten que JUMAPAM no brinda el servicio adecuado en la oportunidad más temprana y con la información brindada. Esta información ayuda a identificar oportunidades de mejora y brindar un servicio más eficiente y satisfactorio para sus clientes, así como a mejorar la comunicación y mantener informados a los clientes.

Según la figura 9, la percepción de la velocidad del servicio brindado por el personal de JUMAPAM es positiva en vista de que no hubo casos de encuestados que dieran calificaciones por debajo de “4”.

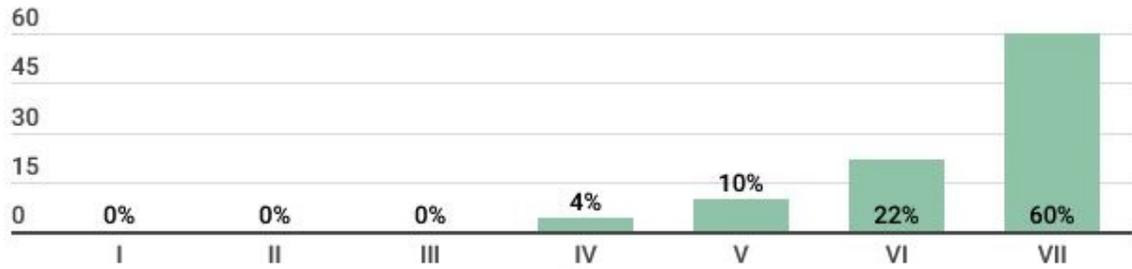


Figura 9: Los colaboradores de JUMAPAM dan un pronto servicio a sus clientes/usuarios.
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

El 60 % de los encuestados le dio una calificación alta de "7", lo que demuestra que el personal de JUMAPAM a menudo respondió rápidamente. El 32 % de los encuestados otorga una puntuación favorable entre "5" y "6", lo que indica que creen que el servicio es generalmente rápido.

Los datos de la figura 10 pueden ayudar a identificar cual es la percepción de los clientes en la actitud de los empleados de la empresa con sus acciones para resolver sus dudas, quejas o problemas.

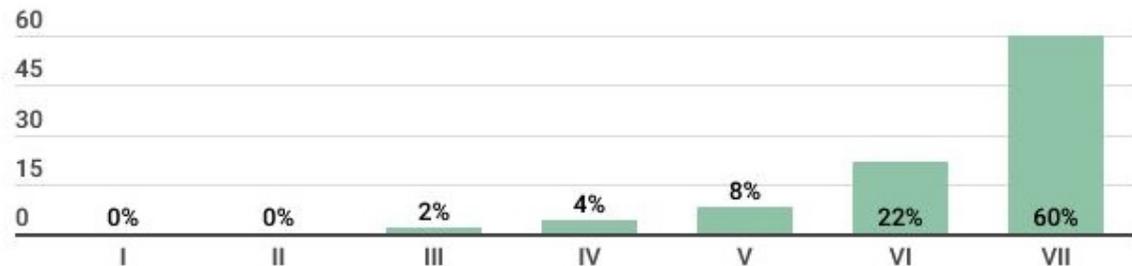


Figura 10: Los colaboradores de JUMAPAM siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes/usuarios.
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

El 60 % de los encuestados le dio una calificación alta de 7, lo que indica que el personal parece estar dispuesto a ser de ayuda a los clientes. Sin embargo, el 2 % también otorgó 3 puntos, lo que indica que no sienten que el personal sea proactivo para ayudar a gran escala.

De acuerdo a la tabla 11 el 59 % de los encuestados otorgó una puntuación alta de "7", lo que indica que las acciones de todos los empleados de JUMAPAM generan un alto nivel de confianza. Por otro lado, el 3 % le dio una puntuación baja de 2 o 3, lo que indica que no considera que el comportamiento de sus empleados sea particularmente confiable.

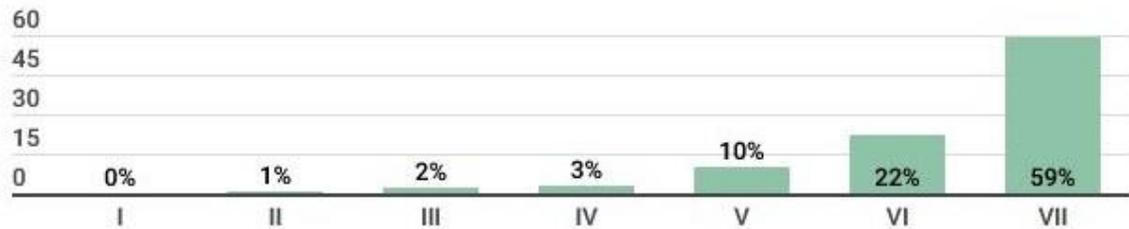


Figura 11: El comportamiento de todos los colaboradores de JUMAPAM inspira confianza.
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

Estos datos nos ayudan a identificar oportunidades de mejora, ayudan a que su personal mantenga un comportamiento que genere confianza en sus usuarios y ayudan a fortalecer su reputación y relaciones con JUMAPAM y las comunidades a las que sirve. Además, a medida que aumenta la confianza de los clientes, también aumenta su satisfacción y lealtad hacia los servicios que brinda JUMAPAM.

Los resultados de la figura 12 muestran cómo los clientes/usuarios se sienten diferente al negociar con JUMAPAM.

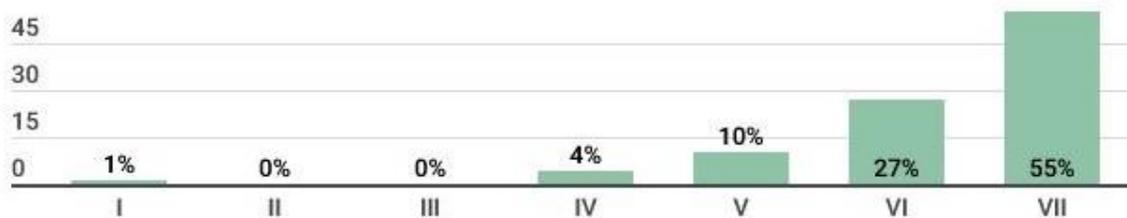


Figura 12: Los clientes/usuarios se sienten seguros en sus negociaciones con JUMAPAM.
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

Estos resultados muestran cómo los clientes/usuarios se sienten diferente al negociar con JUMAPAM. El 55 % de los encuestados otorgó una puntuación alta de 7 puntos, lo que indica que los clientes/usuarios tienen una gran sensación de seguridad en las negociaciones con JUMAPAM. Por otro lado, el 1 % otorgó una puntuación baja de 1, lo que indica que sentían que pocos clientes/usuarios estaban en gran medida inseguros durante las negociaciones.

De acuerdo a la figura 13, en general, los resultados muestran que los empleados de JUMAPAM tienen ideas diferentes sobre cuán amistosos son con los clientes/usuarios.

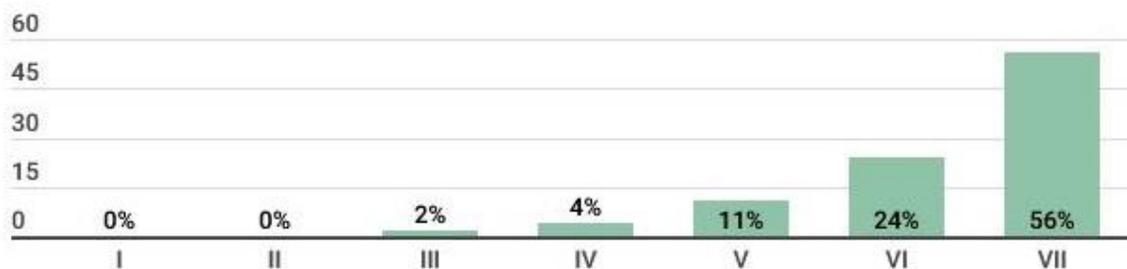


Figura 13: Los colaboradores de JUMAPAM son amables con sus clientes/usuarios.
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

El 56 % de los encuestados otorgó una puntuación alta de 7 puntos, lo que indica el alto nivel de amabilidad del personal. Por otro lado, el 2% le dio una puntuación baja de 3, lo que indica que encontraron que el personal era en su mayoría antipático.

Este resultado presentado en la figura 14 muestra que los empleados de JUMAPAM tienen una percepción diferente de la capacitación para responder a las preguntas de los clientes/usuarios.

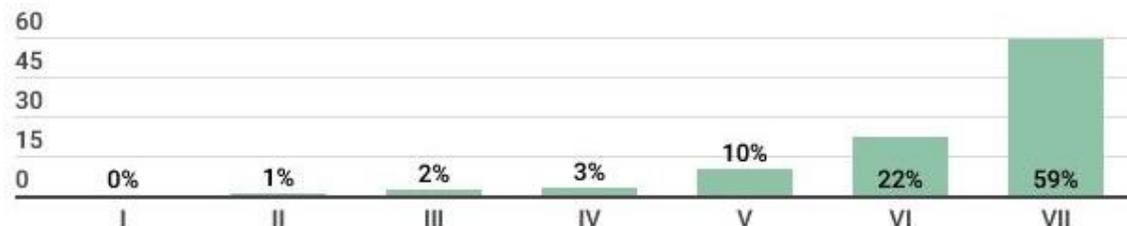


Figura 14: Los colaboradores de JUMAPAM están capacitados para responder preguntas de sus clientes/usuarios.
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

El 59 % de los encuestados otorgó una puntuación alta de 7 puntos, lo que demuestra que el personal está bien capacitado. Por otro lado, el 3% otorgó una puntuación tan baja de 2 o 3, lo que indica que sienten que sus empleados no están bien capacitados.

Según los hallazgos mostrados en la figura 15, los horarios y lugares de JUMAPAM son de fácil acceso para todos sus seguidores.

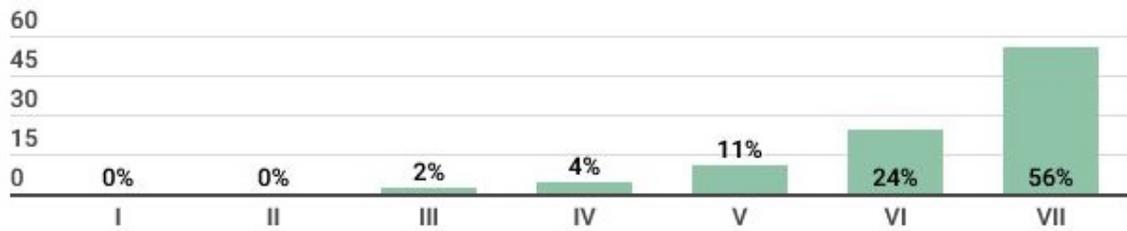


Figura 15: La empresa JUMAPAM tiene horarios y establecimientos accesibles para todos sus clientes.
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

El 56 % de los encuestados otorga a JUMAPAM una puntuación alta de 7, lo que significa que los horarios y establecimientos de la organización son generalmente accesibles. Por el contrario, el 2 % de los encuestados considera que la accesibilidad es inadecuada en gran medida, como indica su baja puntuación de 1.

Los resultados de la figura 16 evidentemente muestran que las opiniones de las personas sobre si los empleados de JUMAPAM brindan a sus clientes/usuarios una atención individualizada varían.

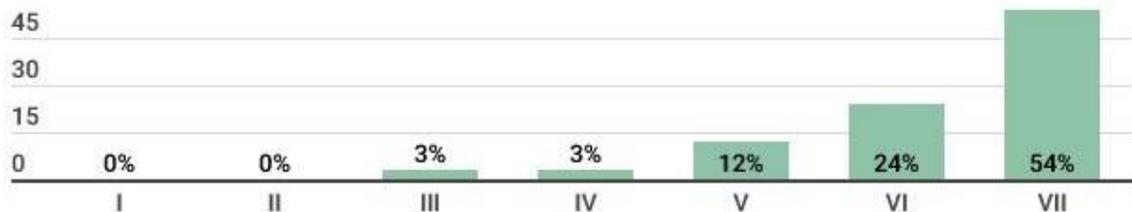


Figura 16: La empresa JUMAPAM tiene colaboradores que brindan a sus clientes/usuarios, atención personal.
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

El 54 % de los encuestados otorga una puntuación alta de “7”, lo que indica que los empleados van más allá para brindar una atención personalizada. Por otro lado, el 3 % de los encuestados dio una puntuación baja de 3, lo que indica que pensaba que los colaboradores no ofrecían mucho en cuanto a atención personal.

Conclusión

En esta investigación, se realizó una encuesta sobre el servicio al cliente de JUMAPAM, una empresa de servicios públicos de agua en Sinaloa, México. Los datos relevantes sobre la eficiencia y la satisfacción de los servicios prestados por esta empresa se recopilaron utilizando un método mixto que involucró entrevistas con 293 clientes.

JUMAPAM ha demostrado progreso en el servicio al cliente, lo que se refleja en la apariencia limpia del personal y una percepción de que su personal es capaz de resolver los problemas de los usuarios/clientes. Sin embargo, todavía existen desafíos cuando se trata de brindar el servicio adecuado en la primera oportunidad y comunicarse de manera efectiva con los clientes.

En la cuestión de ofrecer estrategias que le permitan a la compañía mejorar la calidad de su servicio al cliente

Estos resultados brindan a la empresa información valiosa para implementar estrategias de mejora encaminadas a brindar a los usuarios servicios más eficientes, confiables y satisfactorios. Al abordar estas áreas de oportunidad, JUMAPAM podrá establecerse como un punto de referencia para la prestación de servicios de agua en la región, mantener relaciones sólidas y positivas con los clientes y contribuir al bienestar y desarrollo de las comunidades locales.

Referencias

- Junta Municipal de Agua Potable de Mazatlán (febrero 2022). ANTECEDENTES HISTÓRICOS. Disponible en: <https://jumapam.gob.mx/index.php/antecedentes>
- Lombana Cordoba, Camilo; Saltiel, Gustavo; Perez Penalosa, Federico. 2022. Utility of the Future 2.0: Taking Water and Sanitation Utilities Beyond the Next Level - A Methodology to Ignite Transformation in Water and Sanitation Utilities. © World Bank, Washington, DC. <http://hdl.handle.net/10986/38292>
- Lucas, Robert (2015). Customer Service Skills For Success. New York: McGraw-Hill. ISBN 978-0-07-354546-2
- Management Institute (7th ed.). Newtown Square, PA. ISBN 978-1-62825-664-2.

- Mandal, Pratap Chandra (2014). "Net promoter score: a conceptual analysis". *International Journal of Management Concepts and Philosophy*. 8 (4): 209. doi:10.1504/ijmcp.2014.066899. ISSN 1478-1484.
- Número de habitantes. Sinaloa. (s. f.). Disponible en: <https://www.cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/sin/poblacion/>
- Paz Renata, C. 2005. *Servicio al cliente*. Ideaspropias Editorial S.L., 2005. ISBN 8496578127, 9788496578128
- Project Management Institute (2021). *A guide to the project management body of knowledge (PMBOK guide)*. Project
- Sandoval Cárdenas, M., & Velásquez Cajas, Á. (2021, 5 mayo). Diagnóstico de la gestión en el servicio al cliente en la junta administradora de agua potable de la comunidad “cuatro esquinas – sinchaguasín” de pujilí. *nexus*. Recuperado 4 de julio de 2023, de https://www.researchgate.net/profile/Angel-Velasquez-Cajas/publication/351366455_Diagnostico_de_la_gestion_en_el_servicio_al_cliente_en_la_Junta_Administradora_de_Agua_Potable_de_la_comunidad_Cuatro_Esquinas_-_Sinchaguasin_De_Pujili/links/60945b24458515d315ffdf5c/Diagnostico-de-la-gestion-en-el-servicio-al-cliente-en-la-Junta-Administradora-de-Agua-Potable-de-la-comunidad-Cuatro-Esquinas-Sinchaguasin-De-Pujili.pdf
- Tague, Nancy R. (2005) [1995]. "Plan–Do–Study–Act cycle". *The quality toolbox* (2nd ed.). Milwaukee: ASQ Quality Press. pp. 390–392. ISBN 978-0873896399. OCLC 57251077
- Teresa Swartz, Dawn Iacobucci. *Handbook of Services Marketing and Management*. Thousand Oaks, CA: Sage customer support. Retrieved July 20, 2018, <https://us.sagepub.com/en-us/nam/handbook-of-services-marketing-and-management/book9269>

La importancia de la política pública en el sector acuícola para la economía nacional

The importance of public policy in the aquaculture sector for the national economy

Dr. Gilberto Niebla Lizárraga
0000-0003-3686-0486
gilberto.niebla@uas.edu.mx

Dr. Luis Alonso Cañedo Raygoza
0009-0009-9137-1117
luiscañedo@uas.edu.mx

Dra. Rosa Penélope Mares Galindo
0009-0003-3871-7015
penelope.mares@uas.edu.mx

Resumen

La evolución de la política acuícola en México ha estado influenciada por diversos contextos políticos, económicos y sociales, lo que ha dado lugar a diferentes enfoques y objetivos en su gestión. Este estudio examina críticamente la política actual del Plan Nacional de Desarrollo Pesquero, que prioriza el desarrollo sostenible. Se analizarán las políticas gubernamentales relacionadas con la pesca y la acuicultura que buscan fomentar un crecimiento ordenado y sostenible, así como la política de planificación pesquera y acuícola sostenible establecida por CONAPESCA. Estas cuestiones se discutirán en la sesión anual de trabajo del programa de la LXIII Legislatura de la Comisión de Pesca y Acuicultura del Senado de la República. Se destacará el impacto económico de la acuicultura como un pilar fundamental de la economía nacional, así como su papel crucial en la recuperación y en la provisión sostenible de recursos para su producción.

Palabras claves: Políticas Públicas, Acuicultura, Plan Nacional de Desarrollo.

Códigos JEL: E61, H5, H53, Q22



Abstract

The evolution of aquaculture policy in Mexico has occurred within diverse political, economic, and social contexts, resulting in various interpretations of its significance and consistently pursued through effective management. Hence, this study critically evaluates the existing policy outlined in the National Fisheries Development Plan, which prioritizes sustainable development. Additionally, governmental measures aimed at fostering well-organized and sustainable growth in fishing and aquaculture will be examined, alongside CONAPESCA's policy for sustainable fisheries and aquaculture planning. These matters will be deliberated during the annual work session of the LXIII Legislature's Fishing and Aquaculture Commission at the Senate of the Republic of Poland, spanning from 2017 to 2018. Notably, the contribution of aquaculture to the national economy, serving as its cornerstone, will be acknowledged, emphasizing its significance in both recovery efforts and ensuring sustainable resources for production.

Keywords: Public Policy, Aquaculture, National Development Plan.

Introducción

Cuando nos referimos a la Política Pública (P.P.), es posible que exista un error en entender cómo opera. Según Franco Corzo (2012), la P.P. se refiere a:

Las acciones de gobierno con objetivos de interés público que surgen de decisiones sustentadas en un proceso de diagnóstico y análisis de la factibilidad, para la atención efectiva de problemas públicos específicos, en donde participa la ciudadanía en la definición de problemas y soluciones. (p. 82)

Este ensayo consistirá en una crítica de la política actual en el Plan Nacional de Desarrollo Pesquero, el cual prioriza el desarrollo sustentable como pilar fundamental de su estructura organizativa.

También examinaré las políticas públicas en pesca y acuicultura que promueven su desarrollo de manera ordenada y sostenible, así como la política de regulación para una pesca y acuicultura sostenibles, llevadas a cabo por CONAPESCA. Además, analizaré el programa

anual de trabajo de la LXIII legislatura de la comisión de pesca y acuicultura del senado de la república para el período 2017-2018.

Es crucial destacar la importancia de la acuicultura en México, ya que, a diferencia de otros países sudamericanos, africanos, asiáticos e incluso europeos, cuenta con la particularidad de estar rodeado por dos mares, lo que lo convierte en un territorio rico en biodiversidad. Además, posee una variedad de paisajes, como sierras, valles y desiertos, entre otras características, que lo hacen excepcionalmente próspero. La ventaja de tener el Golfo de México al este y el Océano Pacífico al oeste es que permite un desarrollo considerable de la industria acuícola para la producción de especies marinas destinadas a satisfacer la demanda nacional y, simultáneamente, llegar a mercados internacionales, lo que tendría un impacto positivo en la economía del país.

Importancia de la política pública en el sector acuícola

De acuerdo con la definición que cita José Luis Arredondo (1994) en su publicación "Estado actual y perspectivas de la acuicultura en México":

La acuicultura se define como el cultivo de organismos acuáticos, incluyendo peces, moluscos, crustáceos y plantas. La actividad de cultivo implica la intervención del hombre en el proceso de cría para aumentar la producción en operaciones tales como la siembra, la alimentación, la protección de los depredadores, etc. (p. 30)

En México, existe la oportunidad de que la industria acuícola experimente un crecimiento significativo en términos de producción, lo que tendría un impacto considerable en la economía. A diferencia de la pesca en alta mar, la acuicultura se lleva a cabo en zonas cercanas al mar, donde se cultivan diversas especies como tilapia (*Oreochromis*), ostión (*Crassostrea*), atún rojo (*Thunnus thynnus*), camarón blanco (*Penaeus vannamei*), mojarra (*Tilapia rendalli*), entre otras. Según el informe de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) sobre la "Visión general del sector acuícola nacional, México", publicado en 2013, en 2011 la producción acuícola alcanzó un valor de \$554, 391,520.00 dólares estadounidenses, con un volumen de 257,509 toneladas. Las especies de mayor producción fueron el camarón blanco, con 108,971 toneladas (\$352, 796,449.00 dólares EE.UU.), la mojarra, con 68,348 toneladas (\$84, 837,069.00 dólares

EE.UU.), y el ostión, con 42,591 toneladas (\$17,241,164.00 dólares EE.UU.), utilizando un tipo de cambio de 1 dólar = 10.55 pesos mexicanos. Basándonos en estos datos, existe un gran potencial para aumentar la producción a nivel nacional, especialmente en el caso del *penaeus vannamei*.

El mayor auge de la producción de camarón blanco en el país fue en el año de 1985, tuvo un crecimiento acelerado basado en los modelos de producción semiintensivos⁸ (Arredondo, 1994), cabe mencionar que la producción de camarón en los últimos años ha tenido un estancamiento siguiendo una tendencia de manera uniforme de producción debido a situaciones meteorológicas y de enfermedades tipo viral, tal como lo afirma Galaviz, González, Ibarra, Mercado y Molina (2009) "...La enfermedad de la mancha blanca, causo en México serios problemas desde 1999 hasta 2009 provocando pérdidas millonarias en cultivos de camarón blanco de Sonora y Sinaloa, principalmente".

Por lo mencionado anteriormente, surge el interés por cuestionar las políticas públicas que se han planteado para fomentar el desarrollo de la acuicultura en el país, lo que a su vez genera políticas públicas que impactan en el estado y, por ende, en el municipio.

Bortolini Rosales y Torres García (2004) en su publicación titulada "*La camaronicultura en México*" afirman que:

Es necesario fomentar los vínculos del conocimiento científico que permitan impulsar su desarrollo y realizar un completo diagnóstico para tener un mejor entendimiento de las necesidades de asistencia técnica, sin descuidar la búsqueda de mayor diversificación del mercado, tanto nacional como internacional. (p. 60)

La administración actual del presidente de México, Enrique Peña Nieto, plantea respaldar de manera organizada y sostenible la pesca y la acuicultura, con el objetivo de fomentar su desarrollo y competitividad a nivel internacional (CONAPESCA, 2016).

La verdad es que este sector tiene una significativa contribución al crecimiento económico nacional, como lo señala el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012, el cual establece una estrategia clara y viable para avanzar en la transformación de México sobre bases sólidas, realistas y, ante todo, responsables. Este plan se estructura en cinco ejes

⁸ Se realiza en estanquería rústica con tamaños de 5 a 10 ha, con densidades de cultivo entre 5 y 25 organismos por m² y con un nivel tecnológico medio. Este tipo de cultivo es el más difundido en nuestro país (Reyes, Téllez y González, 2009).

fundamentales: 1) Estado de Derecho y seguridad, 2) Economía competitiva y generadora de empleos, 3) Igualdad de oportunidades, 4) Sustentabilidad ambiental y 5) Democracia efectiva y política exterior responsable (CONAPESCA, 2010).

El plan de trabajo anual de la LXIII legislatura de la comisión de pesca y acuicultura del senado de la república para el período 2017-2018 reconoce el desafío de aumentar la participación de la acuicultura y regular las capturas dentro de nuestras aguas territoriales con criterios de sostenibilidad.

Si el lector ha observado el marco teórico presentado hasta ahora, a partir de este punto se procederá a realizar una crítica al modelo de políticas públicas de los gobiernos anteriores y actuales.

Se requiere una mayor coherencia y seguimiento por parte de las autoridades en los temas de desarrollo económico nacional relacionados con la acuicultura. La zona de barcos camaroneros en Mazatlán está bastante descuidada; el pasado 15 de febrero del año en curso, el periódico Noroeste (2018) publicó un artículo titulado "Prevén temporada camaronera desastrosa ante promesas incumplidas del Presidente Enrique Peña Nieto" (ver figura 1).



Figura 1. Manifestación del sector pesquero en Mazatlán.
Fuente: Periódico Noroeste (2018).

En el contexto de las campañas políticas para la presidencia de la república, es cuando los candidatos identifican las áreas de oportunidad y prometen respaldar a los sectores más necesitados. Tal fue el compromiso del presidente actual durante su gobierno en 2014, cuando, durante una visita a Mazatlán, se comprometió a convocar a un encuentro con los productores de alta mar y ribereños, junto a los secretarios de estado involucrados en la problemática pesquera (Noroeste, 2018).

Las nuevas reformas han tenido repercusiones negativas en varios sectores productivos nacionales, como lo demuestra la reforma energética y los continuos aumentos en el precio del diésel marino, que se sitúa en casi 18 pesos por litro para este sector. Esto representa una inversión de entre 300 y 500 mil pesos para un viaje de pesca. Además, es importante destacar que el 27 de diciembre de 2017 dejó de funcionar la tarjeta que permitía a los productores pesqueros adquirir diésel con un subsidio de 2.92 pesos por litro (ver figura 2).



Figura 2. Protesta por parte de patrones de barcos, tripulación y trabajadoras de las congeladoras. Fuente: Periódico Noroeste (2018).

Estoy absolutamente convencido de que hay muy pocas personas en los niveles superiores que se preocupan por las repercusiones de estas reformas y su efecto negativo en la población mexicana, siendo esta la única perjudicada (ver figura 3).



FIGURA 3. Flota de 500 embarcaciones camaroneras requieren bajar costos.
Fuente: Periódico Noroeste (2018).

Conclusión

Como se ha señalado previamente, la creciente demanda de alimentos del sector acuícola, su impacto en la economía y su escaso impacto a nivel nacional suscitan el interés por estudiar e investigar este sector. Se pretende demostrar que, mediante la focalización adecuada de los procesos de producción y la estandarización de las actividades diarias, es posible incrementar la producción, manteniéndonos como líderes en cantidad y calidad, compitiendo con países asiáticos.

A lo largo del documento, se hace hincapié en el desarrollo sustentable dentro de la política pública, que establece la importancia de cuidar las capacidades y libertades de los mexicanos para tener una vida digna sin comprometer el patrimonio de las generaciones futuras. También es relevante mencionar que no todas las políticas públicas son negativas o representan un riesgo para la integridad de las familias mexicanas, como es el caso del programa nacional PROSPERA, que brinda apoyo a estudiantes de escasos recursos de nivel básico para continuar con sus estudios, con el único requisito de asistir a clases.

Por último, la pesca y la acuicultura son actividades fundamentales para lograr la seguridad alimentaria y reducir la pobreza, resaltando la importancia de desarrollar políticas públicas que ayuden al sector a alcanzar estos objetivos. Su implementación sigue siendo en gran medida responsabilidad del Estado, donde los actores clave participan en la

configuración de las políticas públicas con el objetivo de garantizar altos estándares de implementación y asegurar el desarrollo sostenible en el sector pesquero y acuícola. Se recomienda fortalecer la participación ciudadana para garantizar sus derechos.

Referencias

Arredondo, J. (1994). Estado actual y perspectivas de la acuicultura en México. *Contacto* 14, p. 28-38.

Bortolini, J. y Torres, M. (2004). La camaronicultura en México. *Ciencias* 76, octubre-diciembre. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/644/64407609.pdf>

CONAPESCA. (2010). Políticas de ordenamiento para la pesca y acuicultura sustentables, en el marco de programa rector de pesca y acuicultura. Comisión nacional de acuicultura y pesca, secretaria de agricultura, ganadería, desarrollo rural, pesca y alimentación. México. Disponible en: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/104662/4_Terminos_referencia_DGOA-ESTADOS2010.pdf

CONAPESCA. (2016). Políticas públicas en pesca y acuicultura fomentan su desarrollo ordenado y sustentable. México. Disponible en: <https://www.gob.mx/agricultura/prensa/politicas-publicas-en-pesca-y-acuicultura-fomentan-su-desarrollo-ordenado-y-sustentable-conapesca>

Corzo, F. (2012). *Diseño de políticas públicas*. IXE Editorial. México. Disponible en: <https://www.iexe.edu.mx/producto/disen-de-politicas-publicas-primer-capitulo-digital-gratis/>
https://sistemabibliotecario.scjn.gob.mx/sisbib/CST_2015/000270254/000270254.pdf

Galaviz, L. González, J. Ibarra, J. Mercado, R. y Molina, Z. (2009). Minisatélites del virus del síndrome de la mancha blanca (Whispovirus) en México. *CIENCIA-UANL*, Vol. 12, N°. 2, 2009, págs. 169-173. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2944641>

Periódico Noroeste. (2018). EXIGEN ARMADORES DE MAZATLÁN FIJAR EL PRECIO DEL DIESEL. Disponible en: <http://riodoce.mx/noticias/exigen-armadores-de-mazatlan-fijar-el-precio-del-diesel>.

Periódico Noroeste. (2018). Lanza el sector pesquero de Mazatlán un llamado de ayuda. Disponible en: <https://www.noroeste.com.mx/publicaciones/view/lanza-el-sector-pesquero-de-mazatlan-un-llamado-de-ayuda-1118131>.

Reyes, J. Téllez, M. y González, J. (2009). Situación actual y perspectivas del camarón en México. FIRA. Boletín informativo, Nueva época, Núm. 3.



Universidad Autónoma de Sinaloa

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS DE MAZATLÁN**