

## Gestión de medidas adoptadas por las PyMES para enfrentar los efectos de la crisis económica mundial

**Blanca Estela Bernal Escoto**

Universidad Autónoma de Baja California

[blancab@uabc.edu.mx](mailto:blancab@uabc.edu.mx)

**Martha Elena López Regalado**

Universidad Autónoma de Baja California

[marthalopez@uabc.edu.mx](mailto:marthalopez@uabc.edu.mx)

**María Elizabeth Ojeda Orta**

Universidad Autónoma de Baja California

[lizao33@uabc.edu.mx](mailto:lizao33@uabc.edu.mx)

### Resumen

El presente trabajo es resultado de una investigación que se realizó durante el periodo del 2011-1 al 2011-2 en las Unidades Receptoras Registradas en el Programa de Prácticas Profesionales, de la Facultad de Contaduría y Administración; con el objetivo de Identificar las medidas adoptadas por las Unidades Receptora registradas en el Programa de Prácticas Profesionales de dicha Unidad Académica, ante la crisis económica acaecida durante el 2010. La Investigación es descriptiva y de corte transversal, se hizo uso del programa SPSS para el procesamiento de la información, el cuestionario está estructurado en su mayoría con preguntas cerradas de jerarquización y escalas de evaluación. El trabajo de campo fue de tipo abierto y dirigido, con duración de 4 meses.

En base a los resultados que se obtenidos se resaltaré la importancia de las competencias requeridas en los diferentes perfiles de egreso de los estudiantes de la Facultad de Contaduría y Administración.

**Palabras clave:** Prácticas profesionales, PyMES, Vinculación, Universidad Empresa

---

## Introducción

Como parte de los resultados obtenidos en la Investigación denominada "Impacto de las Prácticas Profesionales como Medio de Vinculación en el Campo Laboral (Bernal, López, & Tejeda, 2010)", dentro de la Línea de Investigación "Educación y Vinculación" registrada ante el Departamento de Posgrado e Investigación de la UABC con la Clave FCA031101, durante el periodo del 2010 al 2011; se identificó la necesidad de profundizar en los resultados, e identificar las medidas adoptadas por los empresarios ante la crisis.

Objetivos.

1. Identificar las medidas tomadas por los empresarios ante la crisis.
2. Identificar los niveles organizaciones involucrados en dichas medidas.

### 1. MARCO TEÓRICO

#### 1.1. Marco Conceptual

El termino vinculación es un elemento vital en la presente investigación, por ello es imprescindible comprender su significado e identificar el sentido que se dio al vocablo cada vez que se utilizó. Muchos han sido los autores o instituciones que lo han definido, tal es el caso de La Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES, 2000) que lo señala como la "Estrategia para mejorar la pertinencia de las funciones y los programas de la educación superior". Tal definición está en concordancia con aquellos que lo describen como "el conjunto comprensivo de procesos y prácticas planeadas, sistematizadas y continuamente evaluadas, donde los elementos académicos y el sector productivo se relacionan íntimamente unos con otros, con el propósito de desarrollarse y realizar acciones de beneficio mutuo" (Campos R. & Sánchez, 2005).

El Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO, 2004) lo amplía al mencionar a los agentes particulares que intervienen para que la vinculación se produzca, lo cual queda de manifiesto al decir que se trata de un proceso educativo-formativo y corresponsable entre los diversos actores que participan: estudiantes, profesores-consultores, empresarios, representantes gremiales y funcionarios de gobierno.

De forma reiterada se encontrará en este documento, a la vinculación unida al concepto de prácticas profesionales tal y como reconoce Aguilar Barceló y Ramírez Angulo en su ponencia denominada PROYECTOS DE VINCULACIÓN CON VALOR EN CRÉDITOS: UN CASO DE ÉXITO EN LA UABC, donde citan que “Las prácticas profesionales relacionadas con proyectos de vinculación tendrían el compromiso añadido de desarrollar las competencias ocupacionales requeridas por la realidad laboral, entendidas como la aptitud de una persona para desempeñar una misma función productiva en diferentes contextos de trabajo y con base en los resultados de calidad esperados” (Aguilar & Ramírez, 2006), por ende es menester adentrarse en sus diferentes concepciones, en este sentido, la Dirección de Unidades de la Universidad Pedagógica Nacional (UPN, 2002) indica la práctica profesional propone un vínculo bidireccional en el que teoría y práctica se asimilan mutuamente, concretándose, dando lugar a un nuevo sentido y significado de la realidad social y profesional, además puntualiza que debe entenderse como el aprendizaje que se genera en función a la interacción entre la experiencia y la competencia.

La trascendencia de la práctica profesional como mecanismo de vinculación no se limita al ámbito nacional, por el contrario se proyecta a niveles internacionales, por ejemplo, El Centro de Trayectoria Profesional de Colombia señala que la práctica profesional “está orientada a complementar la formación de los estudiantes a partir de una experiencia fuera de las aulas, por medio de la participación en la dinámica de las empresas e instituciones”. Sin embargo, para que se cumpla con las expectativas es menester considerar el perfil de egreso de los estudiantes, el cual se refiere al “conjunto de conocimientos, capacidades, habilidades y aptitudes que deben reunirse

para el ejercicio de una profesión” (CIEES, 2002, citado por Aguilar Barceló y Ramírez Angulo, 2006). Es decir, involucra voluntades, compromisos, capacidades, incluso actividades, herramientas, técnicas y medios según deja entrever (Wender, 2001) (España, 2001) quien aduce que la práctica “Incluye el lenguaje, los instrumentos, los documentos, las imágenes, los símbolos, los roles definidos, los criterios especificados, los procedimientos codificados, las regulaciones y los contratos que las diversas prácticas determinan para una variedad de propósitos. Pero también incluye todas las relaciones implícitas, las convenciones tácitas, las señales sutiles, las normas no escritas, las instituciones reconocibles, las percepciones específicas, las sensibilidades afinadas, las comprensiones encarnadas, los supuestos subyacentes y las nociones compartidas de la realidad...”

El ejercicio de la práctica profesional podría generar una dinámica de GANAR-GANAR ya que logra que el alumno brinde un servicio a la sociedad, a la vez que se fortalece en las competencias de su formación profesional, su potencial creativo, capacidad de trabajo en equipo, toma de decisiones y disciplina y responsabilidad de cara al “mundo real” (Montero, Muñoz, Ojeda y Meza, 2001).

## 2.2 Marco Contextual

En México, los organismos de mayor autoridad en el ámbito educativo son conscientes de la trascendencia de las prácticas profesionales como medio de vinculación, solo por citar algunas se menciona a la SEP, ANUIES y diversas instituciones educativas como el ITESO, La Universidad Autónoma de Baja California, Universidad Tecnológica de Jalisco, Universidad Autónoma de Baja California, entre otros. Como evidencia de la anterior afirmación, se sabe que se puso en marcha el Programa Integral para el Fortalecimiento Institucional y se continuó con el Programa de Mejoramiento del Profesorado. Ambos Programas incorporan la vinculación como una parte integral de los procesos académicos y en las actividades del personal docente y de investigación (SEP, MEXICO, 2004).

Sin embargo, ningún programa podría dar los frutos esperados sin la participación activa de las organizaciones empresariales quienes además de albergar en sus espacios a los jóvenes practicantes también deberán evaluar su desempeño y gestión lo cual se logra mediante un procedimiento previamente pactado porque la evaluación de las prácticas profesionales será producto de una actividad de colaboración entre la entidad receptora y la Universidad, basada en el análisis de los reportes escritos de las entidades y la supervisión de los tutores. Se ponderará con mayor porcentaje la evaluación realizada por la entidad, en virtud de que se persigue que el estudiante desarrolle la capacidad de insertarse creativamente en el espacio laboral y en función de los requerimientos profesionales que demanda la entidad en términos de conocimientos, habilidades y actitudes (IPN 2002). Esto ha sido posible debido a que las nuevas tendencias educativas plantean la necesidad de adecuar los planes de estudio bajo criterios de flexibilidad, en busca de la reafirmación de esquemas de formación de calidad. (Tamayo, 2002, citado por Aguilar Barceló y Ramírez Angulo, 2006). Con el objeto de ir a la par de los retos que impone la modernidad y que se ha acelerado en los últimos tiempos.

(Gamboa Méndez y Fernández Zayas, 2001) Existen indicios de que durante las últimas décadas, el despliegue tecnológico y la globalización han tenido un impacto trascendental en todos los sectores de la sociedad, modificando de manera sustancial los requerimientos en materia de conocimientos y habilidades en los puestos de trabajo a todos los niveles. Para incrementar la competitividad del sector productivo, la cual incide de manera directa en la economía a una velocidad tan impresionante, que las alternativas de educación formal se ven rebasadas en cuanto a su posibilidad de brindar una respuesta inmediata y continua que garantice que sus egresados respondan con eficiencia y competitividad a los requerimientos de su entorno laboral.

Adicionalmente, en la actualidad, el mercado laboral profesional exige alta competencia y se presenta con una fuerte movilidad, la evidencia muestra una demanda de empleo de calidad, en donde solo quien esté verdaderamente capacitado o desarrolle ventajas competitivas, podrá acceder y desarrollarse. “La experiencia

internacional muestra que la sola adquisición de equipo tecnológicamente avanzado o el contar con recursos naturales, o mano de obra barata, no es suficiente para competir, es necesario realizar inversiones adecuadas en lo que se ha dado en llamar capital humano” (Valderrama, 2002).

Pese a que muchos de los actores principales están conscientes de la relevancia que representa implementar un programa de vinculación, monitorearlo y mejorarlo, lo cierto es que en México, esta cultura se ubica en nivel básico y para fundamentarlo (ITESO, 2004) La Universidad Jesuita de Guadalajara, en su documento: Retos y Prospectivas de la vinculación Universidad-Empresa postula que existen tres aspectos que presentan áreas de mejora, una relacionada con el proceso de reclutamiento del joven estudiante, el segundo, relativo al tipo de acercamiento que se genera entre empresa y universidad y un tercero que atañe directamente al trabajo de vinculación entre ambas entidades. La siguiente descripción corresponde a cada una en el mismo orden.

1. Las empresas no se han involucrado en el diseño y desarrollo de los planes y programas de estudio de las instituciones que les proveen de personal. Únicamente participan con las universidades que gozan de prestigio o bien que a sus egresados se les reconoce su desempeño profesional, hecho que los ha motivado a tener algún tipo de acercamiento previo, ya sea a través de su bolsa de trabajo, de eventos o ferias de reclutamiento, con el objeto dar prioridad a sus estudiantes.

2. La participación es más marcada en la elaboración de casos prácticos relativa a las áreas de mercadotecnia y administración del capital humano lo cual si bien se utiliza de manera confiable, también refleja la gran limitación hacia otras áreas.

En la mayoría de los casos, los alumnos conocen y desempeñan alguna función de manera básica dentro de la empresa, sin embargo estas prácticas solamente se realizan para integrarse a niveles operativos.

Lamentablemente el fracaso de la vinculación de la educación superior es un problema que se replica en otros países sobre todo si se sitúan en América Latina, así lo pone en evidencia dos estudios relacionados al tema, Arocena y Sutz (2001), verbigracia, en Brasil, las empresas encuestadas sitúan a la universidad como la opción menos elegida al momento de situarla como origen de ideas para la innovación pues solamente un 8.3% la mencionó.

En ese mismo sentido se encontró que en Venezuela, la vinculación con universidades alcanza únicamente el 3.5%, mientras que en Chile a pesar de que el 25% de las empresas declaró haber realizado contratos con universidades; solamente el 3.7% alcanzó una calificación de intensidad media o alta (Arocena y Sutz, 2001). Estos resultados no son más halagadores si se trata de Argentina, pues los mismos autores indican que las empresas fueron mencionadas como propiciadora de ideas para la innovación un poco más del 4% de las empresas de la muestra, con estos datos se puede afirmar que la vinculación entre la universidad latinoamericana y sus respectivos entornos productivos es una tarea pendiente de realizar. Existen evidencias sólidas de que se inicia, pero no tiene la amplitud que desearían aquellos que sólo manejan el modelo norteamericano, en el que algunas universidades operan con altos presupuestos derivados de la vinculación con empresas o fundaciones (Arocena y Sutz 2001).

Estas limitaciones han inducido al estudiante universitario a enfrentarse a situaciones que no abona a su crecimiento académico y profesional.

(IMCP, 2009) En muchas ocasiones, ni siquiera se enfatiza sobre aspectos concretos que permitan descubrir y superar la problemática que encuentran los profesionistas en la toma de decisiones, para confrontar los aspectos teóricos que les permita desarrollar las habilidades requeridas para desempeñarse en el entorno empresarial, y lo que pareciera más preocupante, no permite inculcar normas fundamentales de comportamiento ético y de compromiso social tan demandado en el contexto global actualmente.

Esto es lamentable, porque hay indicios de que una vinculación efectiva entre Universidad-Empresa es el factor decisivo para que la clase empresarial consiga sus objetivos. Por ejemplo, cita El Instituto Mexicano de Contadores Públicos (México, 2009) que en EE.UU durante los años de 1988 a 1996 hubo un incremento sustancial en el registro de patentes por parte de las empresas dedicadas al desarrollo de tecnologías avanzadas; mismas que fueron registradas ante la oficina de Patentes y Marcas del Departamento de Comercio. Lo que es imperioso destacar en este caso es que esas empresas trabajaron junto con algunas universidades, estableciendo proyectos en los cuales éstas demostraron evidencias del impacto que las tecnologías tendrían por su innovación en las organizaciones en donde los avances tecnológicos se habían enfocado, desde su integración en los procesos, hasta la valuación del fin para el cual dichas tecnologías fueron diseñadas.

Si en México se espera emular tales resultados, incluso superarlos será necesario emprender diferentes acciones concretas, (SEP, México, 2004) entre las que destaca Flexibilizar el sistema de educación superior en cuanto a planes y programas, apoyar la integración de redes institucionales para el intercambio de experiencias, institucionalizar la función de la vinculación en las Instituciones de Educación Superior, impulsar una mayor participación del sector privado y ampliar el catálogo de servicios institucionales a las empresas.

Por supuesto también es preciso un cambio de actitud hacia la vinculación por parte de la clase empresarial, quienes a decir del Sr. Francisco Javier González García, Presidente del Consejo Social General de la Universidad de Guadalajara, aún desconocen la trascendencia que reviste la Universidad para el sector social, él indica que “ La empresa tiene que conocer la potencialidad de los egresados de la universidad o de los estudiantes que están por egresar, y la única forma de que se dé, independientemente de una buena campaña de acercamiento, de difusión, en los diferentes organismos empresariales, es por medio del establecimiento de programas de trabajo social, por ejemplo, trabajo en áreas comunitarias en que se requiere algún

tipo de apoyo. La gran cantidad de egresados de universidades públicas y privadas se debe diversificar en este sentido” para lograrlo, sostiene, es prioritario “un acercamiento a los organismos cúpula del sector empresarial, como el Consejo de Cámaras, la Cámara Nacional de Comercio de Guadalajara, la Coparmex y el Consejo Mexicano para la Exportación. Posteriormente, acudir a cada una de las cámaras con intereses y temas enfocados a su sector, pero lo primero es ir a las organizaciones formales”.

En México se han alzado muchas voces y reflexiones en el tema vinculación universidad-sector productivo, en la gran mayoría se destaca la “convicción de que las instituciones de educación superior deben de adecuarse a las nuevas exigencias de formación de profesionales y a la necesidad de propiciar la cooperación con los gobiernos federal y estatales y las unidades productivas, en un claro intento por propiciar el desarrollo de los sectores que generan un mayor beneficio social” Castañeda,1996, citado por (Valderrama, 2002).

### 2.3 MODELOS DE VINCULACIÓN

Para explicar las relaciones que se establecen entre las universidades y las empresas se puede acudir a la teoría conocida como Transferencia de conocimiento donde se postula que el conocimiento se produce en la universidad con el objeto de que sea utilizado por las empresas, vistas éstas, como el consumidor final. Esta definición de roles, convierte al vínculo universidad-empresa en un asunto netamente mercantil (HUBERMAN Y LEVINSON, 1988).

La teoría interinstitucional por su cuenta, defiende que el perseguir el beneficio mutuo, la reciprocidad, la colaboración y las relaciones de igualdad entre universidad y empresa deben ser el motor que las impulse a vincularse, ello será posible siempre y cuando los procesos de planeación, ejecución y retroalimentación se realicen de forma conjunta (Antelo y Henderson, 1992).

Además de recurrir a teorías generalmente aceptadas para explicar la relación entre universidad y unidades receptoras también se puede recurrir a diversos modelos, entre los que destacan, el de Yuxtaposición, de consonancia, de disonancia crítica y de resonancia colaborativa.

(Zeichner, 1980) el Modelo de yuxtaposición otorga una posición relevante al estudiante ya que en él recae la responsabilidad de conectar la teoría y la práctica, en el entendido que, primero se le otorgó una formación académica que fue puesta a prueba en la aplicación de los conocimientos teóricos. En este esquema, la universidad tiene bajo su mando la planeación de las prácticas la cual se desarrolla sin un rumbo, es decir sin que se tenga una definición clara de los criterios de selección de los centros laborales en los que el estudiante hará la práctica. Por supuesto, este tipo de modelo se basa en la hegemonía de una de las partes, rompiendo con el equilibrio buscado entre universidad-empresa.

(Feiman, 1990) En contraposición, surge el modelo de consonancia cuya base está determinada por la necesidad de que los profesionales de los centros de trabajo o mentores reciban una formación en práctica de supervisión con el objeto de asegurar que tanto la universidad como la unidad receptora (empresa) compartan el mismo lenguaje. En esta propuesta, aprender implica la adquisición de principios y prácticas derivadas de los estudios científicos sobre la profesión, es decir, el conocimiento se genera gracias a la investigación realizada por la universidad en los centros de inserción.

(Marcelo y Estebaranz, 1998) El que los estudiantes asuman una actitud crítica ante las prácticas laborales con la intención de inducirlos a ver diferentes dimensiones, curriculares, organizacionales y sociales pero sin perder el sentido de beneficio mutuo es la característica esencial del modelo de disonancia crítica.

(Cochran, Smith, 1991) El Modelo de resonancia colaborativa presupone la existencia de un ambiente y una cultura de colaboración entre los miembros de ambas

instituciones, a través de la realización de proyectos conjuntos, en los que los profesionales en formación pueden ocasionalmente participar, de tal forma que las prácticas no son limitativas, sino que abarca también proyectos de investigación e innovación, de tal suerte, que la relación universidad-empresa se planifica para que la meta a alcanzar sea que el estudiante además enseñarles a los estudiantes en prácticas laborales cómo ejercer su profesión, más importante es enseñarles a continuar aprendiendo en contextos laborales diversos.

## Metodología

### 1. Determinación del Tipo de Investigación.

Es una Investigación exploratoria y descriptiva, de corte transversal debido a que incluye a las Unidades Receptoras registradas en el Programa de Prácticas Profesionales de la Facultad de Contaduría y administración de la UABC durante los periodos 2010 y 2011.

### 2. Diseño de la Investigación.

La investigación fue realizada en la Ciudad de Tijuana, Baja California. Iniciando el mes de Agosto y concluyendo en Diciembre de 2011; como complemento de la investigación titulada “Impacto de las prácticas profesionales como medio de vinculación con el campo laboral” registrada ante posgrado con número de proyecto: FCA031101, cuya finalidad es Identificar las medidas adoptadas por las Unidades Receptora registradas en el Programa de Prácticas Profesionales de dicha Unidad Académica, ante la crisis económica acaecida durante el 2010.

### 3. Método de recolección de datos.

a. Para la obtención de los datos primarios, se diseño un cuestionario de tipo estructurado, con preguntas en su mayoría cerradas, de jerarquización y escalas de

evaluación, mismo que fue sometido a una prueba de validez, confiabilidad y operatividad, tal como se muestra en el Anexo 1.

b. Los datos secundarios, se calcularon en base a los registros del padrón de “Unidades Receptoras” correspondientes a los periodos señalados, según información proporcionada por la Coordinación de Prácticas Profesionales de la Facultad de Contaduría y Administración, Campus Tijuana.

#### 4. Determinación del universo y muestra.

a. Con base a la investigación con Clave FCA031101, el tamaño de la muestra asciende a 39 Unidades Receptoras, en las cuales se incorporaron 123 estudiantes de la Licenciatura en Administración de empresas, 133 de Contaduría, 97 de Informática, y 33 de Negocios Internacionales.

La muestra estratificada se determinó por el método probabilístico y la selección fue aleatoria obtenida a través del programa disponible en Excel versión 2007, arrojando un tamaño de la muestra de 39 organizaciones. Mismo que se calculó en base a un 95% de grado de confianza, un 5% de margen de error y un 5% de confiabilidad.

#### 5. Trabajo de Campo.

El trabajo de campo se realizó a través de 3 encuestadores, los cuales obtuvieron capacitación previa; con una duración de 1 mes, esta etapa del proceso se ejecutó a través de 2 medios básicamente:

a. Vía internet bajo la modalidad auto aplicables.

b. Vía telefónica de forma dirigida, con duración aproximada de 5 minutos.

## 6. Análisis de resultados.

Para procesar la información se utilizó el sistema SPSS (Statistical Product and Service Solutions) y para tabularlos se acudió al uso de frecuencias y sus respectivos porcentajes.

## 7. Resultados.

Al preguntarle a la Unidad receptora sobre las 5 actividades más importantes por implementar para hacerle frente a la crisis económica de nuestro país durante el 2010, ellos afirmaron lo siguiente: A la actividad de desarrollar equipos de trabajo efectivos, el 32% la ubicó en el primer lugar, el 24% en el segundo y el 22% en el tercero. (Ver cuadro 1). Con un 22% las unidades receptoras colocaron a la actividad de Mejorar el nivel de conocimientos técnicos del personal en general en el 1ro, 2do y 4to lugar respectivamente, como se muestra en el Cuadro 2. Como se observa en el Cuadro 3 un 24% de la muestra colocó como la actividad de disminuir los costos operativos en 2do y 3er lugar proporcionalmente, y con un 22%. Por su parte, a la acción de promover el ahorro de insumos (agua, luz papelería, etc.) entre el personal en general, las unidades receptoras lo ubicaron en el 2do y 3er lugar comparativamente con un 24%, y en el 4to lugar con un 22%; tal como se indica en el Cuadro 4. Con respecto a lanzar campañas promocionales especiales, la distribución de la muestra se comportó como se presenta a continuación: un 49% no lo tomó en cuenta y un 35% le asignó el 5to lugar de importancia (Ver cuadro 5). De igual forma, tal como se señala en el Cuadro 6, un 78% no validó el hecho de considerar la contratación de medios publicitarios diferentes a los que tradicionalmente utiliza, mientras que el 11% lo ubicó en el 4to lugar y el 8% en el 5to lugar. En el caso de implementar la actividad de renegociar términos y condiciones de crédito con proveedores y acreedores, el Cuadro 7 muestra que un 78% no lo consideran relevante, un 11% lo ubica en el 4to y 5to lugar respectivamente. En cuanto a la actividad de establecer alianzas comerciales con empresas del ramo, no lo posicionaron hasta en un 87%; mientras que un 11% lo ubicó en 3er lugar, tal como se muestra en el Cuadro 8. De acuerdo al Cuadro 9, un 78%

consideran que no es importante implementar la mejorar en la calidad del producto o servicio (según sea el caso), y solo el 11% lo posicionaron en el 5to lugar. Con se muestra en el Cuadro 10, la implementación de la actividad de disminuir el precio de venta del producto o servicio (según sea el caso) no es importante hasta en un 87%. En la implementación de las actividades señaladas anteriormente, el 78% considera que obtuvo los resultados esperados, y el restante 22% afirma haber obtenido resultados por encima de lo esperado, tal como se indica en el Cuadro 11. En cuanto a los niveles hacia los cuales fueron orientadas dichas actividades, las unidades receptoras afirmaron lo siguiente:

- a. A nivel directivo, un 76% considero “mucho” a este nivel para la implementación de dichas actividades, el 11% lo consideró “poco” y “no lo contesto” en ambos casos (Ver cuadro 12).
- b. Mientras que en el nivel gerencial, el 51% consideró “mucho” este nivel, el 27% no contesto y el 19% lo consideraron poco (Ver cuadro 13).
- c. Finalmente, a nivel operativo fue considerado “mucho” por el 51% de los encuestados, 22% lo considera “poco” y el 19% no contesto. (Ver cuadro 14).

## Conclusión

Una vez analizados los resultados podemos concluir, que las unidades receptoras en su mayoría, consideran como actividad primordial para hacer frente a la crisis económica de nuestro país, el desarrollar equipos de trabajo efectivos, que permitan fomentar una cultura empresarial mediante el diseño y la planeación de un plan de vida y carrera laboral que propicie la pertenencia de sus empleados y disminuya la rotación del personal en la formación de capital humano. Mientras que menos de la mitad de los sujetos de estudio considera relevante la capacitación en sus empleados como mecanismo para contrarrestar los efectos de la crisis. Sin embargo, la mayoría se

inclinó más por la disminución de los costos operativos en la empresa y la promoción del ahorro en los insumos.

También podemos observar que la mayoría de las unidades receptoras no están interesadas en lanzar campañas publicitarias, renegociar créditos, establecer alianzas, disminuir el precio de venta de sus productos y/o servicios, ni mejorar la calidad de los mismos.

De igual manera podemos observar que la implementación de las actividades antes señaladas, en su mayoría fueron las esperadas por los responsables de las unidades receptoras.

Finalmente, podemos concluir que los empresarios consideran que los tres niveles (dirección, gerencia media y operativo), deben involucrarse en la realización de las actividades antes mencionadas, para lograr disminuir el impacto de la crisis económica de nuestro país, mediante el fortalecimiento de sus ventajas competitivas y la implementación de las mejores prácticas de la industria.

## Bibliografía

Aguilar, B., & Ramírez, A. (2006). Ponencia: Proyectos de Vinculación con Valor en Créditos: un caso de éxito en la UABC. México.

ANUIES. (2000). La educación Superior en el Siglo XXI. Recuperado el 01 de Mayo de 2011, de <http://www.anuies.mx/result.php?cx=000208596329648011506%3Azfp6xmgnhrm&cof=FORID%3A10&ie=UTF-8&q=la+educaci%27on+en+el+siglo+XXI&sa=Buscar>

Bernal, B., López, M., & Tejeda, G. (2010). "Impacto de las prácticas profesionales como medio de vinculación con el campo laboral". Registrado en Posgrado UABC con la Clave FCA031101 . Tijuana, B.C., México.

Campos R., G., & Sánchez, D. G. (2005). Revista Electrónica de Investigación Educativa. Obtenido de La Vinculación Universitaria: "Ese oscuro objeto del deseo": <http://redie.uabc.mx/vol7no2/contenido-campos.html>

ITESO. (2004). Retos y Prospectiva de la Vinculación Universidad Empresa, Universidad Jesuita de Guadalajara. Recuperado el 09 de Febrero de 2011, de <http://www.administraciondeempresas.iteso.mx/>

UPN, S. (2002). Programa de Reordenamiento de la Oferta educativa de las Unidades UPN. Obtenido de [www.lie.upn.mx](http://www.lie.upn.mx)

Valderrama, J. (2002). Ponencia: El estudiante universitario como protagonista del proceso de formación profesional. Universidad Autónoma de Baja California. Tijuana, Baja California, México.

Wender, E. (2001). Comunidades de práctica. Aprendizaje, significado e identidad. Recuperado el 04 de Marzo de 2011, de <http://www.worldcat.org/title/comunidades-de-practica-aprendizaje-significado-e-identidad-e-wenger-tr-por-genis-sanchez-barberan/oclc/644716099>