



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

ENLACE EMPRESARIAL

DISEÑO DE UN SISTEMA O PROYECTO PARA UNA  
ORGANIZACIÓN

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTAN:

CID BAHENA ALEJANDRA  
FIGUEROA MARTÍNEZ NAYELLI  
GARCÍA MANCIO ANA TERESA  
MARDUEÑO ATRIAN VICTORIA  
PAZ GONZÁLEZ LUIS ALBERTO

ASESOR:  
DR. ADRIÁN MÉNDEZ SALVATORIO



MÉXICO, D.F.

2012



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## Contenido

Introducción.....	5
1. Enfoque organizacional.....	8
Misión.....	8
Visión.....	8
1.1. Breve historia de la organización.....	9
Historia de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).....	9
Historia de la Facultad de Contaduría y Administración (FCA). ....	18
1.2. Estructura orgánica de la Facultad de Contaduría y Administración. ....	24
2. Marco teórico. ....	25
2.1. La vinculación como base del Enlace Empresarial.....	26
2.2. Enlace Empresarial. ....	26
2.3. Perspectiva nacional de la relación Universidad – Estado – Empresas.....	27
2.4. Tendencias de vinculación en las Instituciones de Educación Superior (IES) en México. ....	29
2.5. Postura de la Facultad de Contaduría y Administración en Vinculación. ....	32
3. Necesidades o problemáticas de la organización.....	36
3.1. Contexto.....	36
3.2. Condiciones del Facultad de Contaduría y Administración. ....	36
3.3. Análisis FODA (Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas). ....	36
3.4. Problemáticas de la organización. ....	38
4. Propuesta de solución. ....	39
4.1. Diseño y definición del proyecto. ....	39
Idea.....	39
Alcance. ....	39
Nombre del proyecto.....	40
Logotipo. ....	40
Slogan. ....	40
Clasificación del proyecto. ....	40
Tiempos. ....	40
Matriz de congruencia: Objetivos general y específicos. ....	41
Estrategias de implementación. ....	42

Estructura organizacional.....	43
Cultura organizacional.....	44
4.2. Recursos requeridos.....	45
Conocimientos.....	45
Instalaciones.....	45
Equipo.....	45
Suministros.....	45
4.3. Estudio de mercado.....	46
Análisis del entorno.....	46
4.3.1. Investigación de mercados.....	51
Análisis de mercado.....	51
Investigación de campo.....	55
Metodología de la investigación.....	56
Resultados de la investigación.....	59
4.4. Estudio operativo.....	65
Prospección de clientes.....	65
Solicitud de personal.....	68
Reclutamiento y selección.....	70
Vinculación empresarial.....	73
Contratación.....	75
4.5. Estudio financiero.....	78
Concentrado de gastos.....	78
Descripción de gastos.....	80
Punto de equilibrio.....	81
Estados financieros proforma.....	82
4.6. Aspectos legales.....	86
Tipo de sociedad mercantil.....	86
Inversión.....	86
Aspectos normativos.....	86
Aspectos fiscales.....	87
IMPI.....	91
Aspectos ambientales.....	92

5. Aportaciones y conclusiones.....	93
5.1. Aportaciones.....	93
5.2. Conclusiones.....	93
Bibliografía.....	95
ANEXOS.....	96
I. Anexo: Formato de entrevista a alumnos de la Facultad de Contaduría y Administración y a empresas.....	96
II. Anexo: Gráficas del estudio de mercados.....	99
a) Alumnos.....	99
b) Empresas.....	114
III. Análisis de puestos.....	126
IV. Formato de solicitud de requisición de personal.....	132

## Introducción.

El presente diseño organizacional, se desarrollo como respuesta a la problemática de enlace que es percibida entre la Facultad de Contaduría y Administración (FCA) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y las Pymes. El contar con una adecuada vinculación entre Instituciones de Educación Superior (IES) y el Sector empresarial, representa hoy una oportunidad de mejora para ambos participantes y brinda oportunidades de desarrollo tanto en aspectos económicos como sociales.

En los últimos años, el panorama globalizado ha permitido ver como a nivel mundial la adecuada vinculación entre IES y empresas ha traído consigo mejoras y beneficios a ambas; los ejemplos de éxito en vinculación no pueden ser dejados a un lado si se pretende que la UNAM continua siendo punto de referencia en desarrollo e innovación.

Una detallada investigación metodológica permite concluir que existe en la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM la necesidad de implementar en el esquema de vinculación un Enlace Empresarial que posibilite la contratación respaldada de los estudiantes y egresados.

Por otro lado, el desarrollo del diseño permite comprobar que existen dentro de la institución las posibilidades y recursos (humanos, materiales y técnicos) para llevara a cabo un proyecto de enlace empresarial y que su implementación generaría valiosas aportaciones, tales como: mejoras en el proceso de reclutamiento y selección de empresas vinculadas con la universidad, un mejor esquema de comunicación que permitan detectas las exigencias del mercado laboral hacia las licenciaturas que se imparten en la FCA y primordialmente la inserción laboral de alumnos y egresados de la institución.

Existe dentro de la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM un gran potencial y capital humano que no está siendo aprovechado del todo, se cuenta en la institución las capacidades tanto operativas, técnicas y de recursos para desarrollar los variados programas de vinculación ya emprendidos y consolidarlos hacia una aplicación en el mejoramiento del panorama social nacional.

Sin duda, la UNAM ha sido un punto de partida nacional en innovación y desarrollo desde su creación, un referencial en el progreso, asimismo cuna de logros en desarrollo académico y científico. En dicho sentido, la Universidad ha sido plataforma para consolidar la integración de estos logros a aspectos de la funcionalidad social.

Una realidad innegable en nuestro país es que la saturación de ciertas carreras, como la Administración, la Contaduría y la Informática ha ocasionado una baja del valor de trabajo de las mismas en cuanto a percepciones empresariales. Al mismo tiempo, la especialización de ciertas áreas organizacionales ha creado competencia entre las diversas profesiones por ocupar un puesto, como es el caso de los recursos humanos en donde compiten psicólogos y administradores, finanzas con economistas, contadores y administradores, etc.

En el sentido de aportar desarrollo al entorno en que se desenvuelve la FCA, pareciera que ha mantenido una brecha entre el desarrollo académico y la implementación laboral, desluciendo con ello el óptimo aprovechamiento de gran parte del talento con el que se cuenta al no presentar en los alumnos un respaldo que les permita, ante las organizaciones una adecuada incursión y siendo desgraciadamente desplazados de algunas oportunidades por instituciones privadas que brindan un respaldo de colocación laboral a sus alumnos y que son referenciados por ello como de mejor nivel competitivo.

Hasta la fecha no se cuentan institucionalizados en la FCA parámetros claros de acción que permitan la adecuada vinculación y enlace laboral de alumnos y egresados con el sector productivo nacional, por lo que se considera importante llevar a cabo un análisis adecuado que permita su integración a los procesos internos de la Facultad.

Para fines de este diseño se ha seccionado en forma preliminar la carrera de administración como proyecto piloto entre de vinculación, diferenciando la sola vinculación del enlace empresarial que se pretende alcanzar, mismo en el que se introducen procesos de beneficio mutuo para Universidad – Empresa tanto de capital humano como económico.

El diseño cuenta con cinco capítulos, precedidos por una introducción y culminados con la bibliografía consultada y los anexos correspondientes a resultados de la investigación de mercados realizada, análisis de puestos y formatos internos de operación.

- En el primer capítulo titulado “Enfoque organizacional”, se presenta el marco contextual e histórico de la UNAM y se aborda específicamente la estructura orgánica de la FCA, su misión y visión.
- El capítulo dos, denominado “Marco teórico”, presenta los fundamentos teóricos y de investigación que dan pie a identificar de la necesidad de desarrollar la vinculación y crear un enlace empresarial dentro de la FCA, al mismo tiempo, se desarrolla el análisis de factores gubernamentales, económicos, sociales y propios de la organización en la FCA, así como las

tendencias de vinculación nacionales. Dichos aspectos cobran importancia en cuanto a una futura implementación del diseño.

- El tercer capítulo llamado “Necesidades o problemáticas de la organización”, se analiza a la FCA y con ello se brinda un panorama del contexto actual de la vinculación, así como las condiciones y problemáticas en que se desarrollan en la institución.
- En el capítulo cuatro “Propuesta de solución”, se describe en forma detallada el diseño estructural de un Enlace Empresarial entre la FCA y las Pymes, se detalla la idea, alcance, clasificación y tiempos del proyecto. Al mismo tiempo se establecen los objetivos generales y específicos, las estrategias de implementación y recursos requeridos.  
Es en este mismo capítulo que tiene lugar el análisis de los estudios de mercado (con su respectiva metodología), operativo y financiero, así como los aspectos legales correspondientes a la consolidación del diseño.
- El capítulo cinco “Aportaciones y conclusiones”, se detallan los hallazgos y recomendaciones que han surgido de la investigación y creación de escenarios mediante el diseño Enlace Empresarial.
- La bibliografía contiene las referencias de libros, publicaciones y otro material consultado para el desarrollo del presente diseño, entre las cuales se incluyen las consultas vía internet.
- Finalmente los anexos incluyen la tabulación de los resultados del estudio de mercados, en análisis de puestos requeridos y los formatos internos de operatividad en el caso de aplicar el diseño.

La importancia de la vinculación he sido destacada en múltiples ocasiones, directores, secretarios académicos e investigadores están de acuerdo con ello; sin embargo, la herramienta que permitiría llevar la vinculación a un Enlace Empresarial es planteada en el presente diseño.

## 1. Enfoque organizacional.

El presente diseño presenta la intención de ser efectuado en la Facultad de Contaduría y Administración perteneciente a la Universidad Nacional Autónoma de México, cuyos ejes rectores son.

### Misión<sup>1</sup>.

Formar profesionales, profesores e investigadores de la contaduría, la administración y la informática, que contribuyan al desarrollo económico del país mediante la solución de los problemas prácticos que enfrentan las empresas y las organizaciones, así como realizar investigación orientada a la generación del conocimiento de estas disciplinas; cultivando en su comunidad el espíritu analítico, crítico y reflexivo, y proporcionando las herramientas técnicas que les permitan ser altamente competitivos en los planos nacional e internacional.

### Visión<sup>2</sup>.

Ser el modelo educativo de mayor influencia en el país y en Iberoamérica, reconocido en los niveles nacional e internacional por la calidad y liderazgo de sus profesionales y por su contribución al desarrollo de la investigación en sus disciplinas. Así mismo, debe convertirse en el modelo en el que se formen y eduquen verdaderos líderes que propicien el desarrollo económico de nuestro país en las organizaciones nacionales.

---

<sup>1</sup> Véase, la pagina web de la FCA- UNAM, "Misión", disponible en: <http://www.fca.unam.mx/mision.php> , recuperado el 06/2/2012.

<sup>2</sup> Véase, la pagina web de la FCA- UNAM, "Visión", disponible en: <http://www.fca.unam.mx/vision.php> , recuperado el 06/2/2012.

## 1.1. Breve historia de la organización.

Como referencial histórico de la Facultad de Contaduría y Administración hemos considerado a la Universidad Nacional Autónoma de México. Este precedente nos permitirá conocer el tipo de valores que se integran en la organización y para ello se presenta una síntesis de la evolución de ambas instituciones.

### Historia de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)<sup>3</sup>.

Las primeras noticias acerca del interés del arzobispo fray Juan de Zumárraga de que la Nueva España contara con una universidad datan de 1536. Pronto se sumó a esta iniciativa el virrey Antonio de Mendoza y la Corona dio una respuesta positiva en 1547.

Pero no fue sino hasta el 21 de Septiembre de 1551 cuando se expidió la Cédula de creación de la Real y Pontificia Universidad de México. Su apertura tuvo lugar el 25 de Enero de 1553. Se organizó a imagen y semejanza de las universidades europeas de tradición escolástica, particularmente la de Salamanca.

En 1778 fue abierta la Real Escuela de Cirugía y en 1792 el Real Colegio de Minería. Dos años más tarde fue establecida la Academia de San Carlos, para el estudio de las Bellas Artes.

Al sobrevenir la época independiente, se suprimió el título de Real, ya que el rey de España dejó de tener soberanía en el país. Se le llamó entonces Universidad Nacional y Pontificia, para después quedar sólo con el nombre de Universidad de México.

Fue cerrada en los años de 1833, 1857, 1861 y 1865. No fue bien vista por los liberales, que la hacían ejemplo del retroceso.

El emperador Maximiliano la reabrió para luego clausurarla. Existían establecimientos para el estudio de la medicina, la ingeniería, la teneduría de libros, la arquitectura y la jurisprudencia, a los que se sumó más adelante la Escuela de Agricultura.

En 1867 el doctor Gabino Barreda estableció la Escuela Nacional Preparatoria, cuyo plan de estudios estaba completamente inspirado en el pensamiento de

---

<sup>3</sup> *Consuelo García Stahl, Síntesis Histórica de la Universidad de México, 1978.*

Augusto Comte. Su puesta en marcha extinguió los restos de educación colonial que habían sobrevivido hasta el siglo XIX.

Los antecedentes inmediatos de la universidad mexicana moderna datan del proyecto presentado por Justo Sierra en la Cámara de Diputados el 11 de Febrero de 1881. El 7 de Abril siguiente, lo refrendó ante la Cámara, con el apoyo de las diputaciones de Aguascalientes, Jalisco, Puebla y Veracruz. Como es sabido, su proyecto no prosperó, pero Sierra jamás abandonó la idea de establecer en México una Universidad Nacional.

En dicho proyecto, Sierra incluyó, como partes integrantes de la nueva institución, a las escuelas de Bellas Artes, de Comercio y de Ciencias Políticas, de Jurisprudencia, de Ingenieros y de Medicina, a la Escuela Normal, a la de Altos Estudios y a la Escuela Nacional Preparatoria y la Secundaria de Mujeres.

Sierra presentó de nuevo su proyecto en la apertura del Consejo Superior de Educación Pública, el 13 de Abril de 1902, y lo reiteró tres años más tarde ante el mismo organismo.

En el año de 1905 la idea adquirió mayor fuerza, a partir del momento en que la Secretaría de Instrucción Pública fue una realidad. Sierra pasó de subsecretario a titular de la recién creada dependencia del Poder Ejecutivo. El 30 de Marzo de 1907, dentro del marco del centenario de la Independencia, anunció que el presidente de la República estaba de acuerdo con la apertura de la Universidad Nacional.

Para que el proyecto fuera realidad, la Secretaría envió al pedagogo Ezequiel A. Chávez a Europa y a los Estados Unidos, en tres ocasiones, "para que analizara el funcionamiento de varias universidades". De los estudios llevados a cabo por Chávez surgió el proyecto definitivo de la Universidad Nacional de México.

El primer rector de la institución fue Joaquín Eguía y Lis. A partir de esa fecha, se convirtieron en universitarios los profesores y estudiantes de las escuelas nacionales ya existentes. La apertura de la Universidad Nacional fue recibida con repudio por la vieja guardia del positivismo ortodoxo. Agustín Aragón y Horacio Barreda, desde las páginas de la Revista Positiva, atacaron a Sierra por atentar contra el progreso, porque la universidad era una institución de la etapa metafísica del desarrollo humano, la cual ya estaba superada en México.

La joven Universidad vivió sus primeros días en medio del estallido de la Revolución. Poco a poco, la crisis política provocada por el levantamiento de Francisco I. Madero incidió en la Universidad, ya que en el mes de marzo Porfirio Díaz pidió la renuncia a casi todo su gabinete con la excepción del secretario de

Hacienda, Limantour y ello incluyó a Don Justo y a su fiel colaborador, Ezequiel A. Chávez, quien fungía como subsecretario.

Sierra fue sustituido por el licenciado Jorge Vera Estañol. Sin embargo, dos meses después, el 25 de mayo, don Porfirio presentó su renuncia. Con el arribo del nuevo presidente, Francisco León de la Barra, el doctor Francisco Vázquez Gómez ocupó la cartera de Instrucción Pública.

El licenciado Eguía y Liz seguía siendo rector de la Universidad. Los positivistas ortodoxos, Aragón y Barreda, presentaron a la Cámara de Diputados una iniciativa en la que solicitaron la desaparición de la Universidad Nacional de México y de la Escuela de Altos Estudios, de manera que siguieran existiendo las escuelas profesionales y la preparatoria en forma.

En 1921 data una de las iniciativas vasconcelistas que más ha perdurado: la ley que establece el escudo y el lema de la institución, "Por mi raza hablará el espíritu", junto con la imagen del águila y el cóndor que rodean el mapa que representa a la América Latina, desde la frontera norte de México hasta el Cabo de Hornos. También de este año data el proyecto de ediciones que continuaría la Secretaría de Educación. Con Pedro Henríquez Ureña como director, se establecieron la Escuela de Verano y el Departamento de Intercambio y de Extensión Universitaria.

El 20 de Septiembre se inauguró en el Anfiteatro Bolívar el Congreso Internacional de Estudiantes. Destacarían entre los participantes el argentino Arnaldo Orfila Reynal y el mexicano Daniel Cosío Villegas. Se inició la decoración mural del edificio de la Escuela Nacional Preparatoria con trabajos de Diego Rivera, José Clemente Orozco, Fernando Leal y Jean Charlot.

Después de un recorrido de Vasconcelos por la República, las legislaturas de los estados aprobaron la reforma constitucional que crearía la Secretaría de Educación Pública, de la cual dependería la Universidad Nacional. El 10 de Octubre Vasconcelos tomó posesión del cargo de secretario de Educación. Como rector de la Universidad fue nombrado Antonio Caso, tras un breve interinato del secretario Mariano Silva y Aceves.

Al no aceptar en 1922 el ingeniero Sotero Prieto, destacado profesor de matemáticas, la dirección de la Escuela Nacional Preparatoria, surgió una crisis en virtud de que el propio Vasconcelos se autonombró director de la Escuela. El rector Caso consideró esta acción como una anomalía y presentó su renuncia, que no le fue aceptada.

Posteriormente fue nombrado director de la Preparatoria el licenciado Vicente Lombardo Toledano. De hecho, la Universidad era una dependencia de la Secretaría, por lo cual sus iniciativas dependían de ésta.

La Universidad se había constituido en uno de los puntales del proyecto educativo nacional que apoyaba el gobierno del general Obregón.

En 1923 El Antiguo Instituto Científico y Literario de San Luis Potosí se convirtió en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Un nuevo problema surgió en la preparatoria, la evidente desavenencia entre el director Lombardo y el secretario Vasconcelos.

En el fondo de todo estaba la militancia laborista de Lombardo. Los estudiantes de la Preparatoria se volvían contra el titular de Educación. Un líder destacado era el joven Salvador Azuela. Lombardo renunció a la dirección de la Escuela Nacional Preparatoria. Al aceptar Vasconcelos dicha renuncia, el rector Caso también presentó la suya. Con ellos, abandonó las Escuelas de verano y de Altos Estudios Pedro Henríquez Ureña, uno de sus profesores más distinguidos.

En Septiembre, Obregón anunció el reconocimiento de los Estados Unidos a su gobierno, después de haberlo buscado afanosamente desde su arribo al poder. Esta acción fue fruto de los convenios de Bucareli. Al coincidir con la selección del candidato oficial a la presidencia de la República y haber sido escogido el general Plutarco Elías Calles, el secretario de Hacienda, Adolfo de la Huerta, otro posible candidato presidencial, presentó la renuncia a su cargo.

Vasconcelos permaneció fiel al gobierno, aunque no se inclinó por Calles. Al renunciar Caso, fue rector don Ezequiel A. Chávez. El estudiante de Jurisprudencia Luis Rubio Siliceo presentó a la Federación de Estudiantes de México un proyecto de ley para establecer la Autonomía de la Universidad. Este proyecto contaría en Septiembre con el apoyo de 96 diputados, encabezados por el Doctor Pedro de Alba. Se creó el plantel 2 de la Escuela Nacional Preparatoria.

En 1924 la rebelión provocada en diciembre por Adolfo de la Huerta hizo que el generoso presupuesto del que había gozado la Secretaría de Educación Pública mermara de manera considerable. Vasconcelos presentó su renuncia a principios del año, pero le fue aceptada hasta el 2 de Julio.

Sucedió a Vasconcelos el doctor Bernardo J. Gastélum, quien solicitó al rector Ezequiel A. Chávez un proyecto de ley para decretar la autonomía, pero no prosperó. El 1 de Octubre, la antigua Escuela de Altos Estudios se dividió en Facultad de Filosofía y Letras, Normal Superior y Facultad de Graduados; la sección de Ciencias Exactas formó parte de Filosofía y Letras.

El 1 de Diciembre asumió la presidencia de la República el general Plutarco Elías Calles , quien nombró secretario de Educación Pública a José Manuel Puig Cassauranc. La rectoría de la Universidad fue ocupada por el doctor Alfonso Pruneda.

En 1925 la orientación que imprimió Vasconcelos, creativa y estética, a la educación nacional, fue sustituida por el carácter pragmático del subsecretario de Educación, Moisés Sáenz. El fruto más logrado de esta administración fue el establecimiento de la Escuela Secundaria, decretado el 31 de diciembre, que hizo que la Escuela Nacional Preparatoria perdiera los tres primeros años de este ciclo escolar.

Sólo permanecería de ese modo la Escuela de Iniciación Universitaria, ubicada en el plantel 2 de la Preparatoria. El 30 de Enero fue leído en el Consejo Universitario el decreto del expresidente Obregón que establecía la Facultad de Filosofía y Letras y la Escuela Normal Superior, así como el que cambiaba el nombre de la Facultad de Ciencias Químicas por el de Facultad de Química y Farmacia.

Ya en 1926 el estudiantado reconoció el liderazgo intelectual de José Vasconcelos, autoexiliado en Europa. Se aprobó una iniciativa que permitía la reelección del presidente de la República para un periodo no sucesivo.

Se perfiló la candidatura del general Obregón, quien residía en su tierra natal. Estalló el conflicto entre la Iglesia y el Estado, tras la iniciativa gubernamental de limitar el culto católico por ministerio de ley.

La Liga Defensora de la Libertad Religiosa encabezó la resistencia urbana. En el ámbito rural, el conflicto prendió en los estados de Zacatecas, Jalisco, Colima y Michoacán. Fue aprobado el Reglamento de las Bibliotecas Universitarias, en la Universidad.

Francisco Serrano, antiguo colaborador de Obregón, aceptó ser candidato a la presidencia de la República. Hizo lo mismo el general Arnulfo R. Gómez, apoyado por el Partido Nacional Antirreeleccionista, presidido por el ingeniero Vito Alessio Robles.

Para principios de Octubre, Serrano preparó una asonada militar en la que serían eliminados Obregón, Calles y el general Amaro. El intento fue descubierto y el día 4, cuando Serrano festejaba su onomástico en Cuernavaca, él y sus partidarios fueron capturados y vilmente asesinados en la carretera que los conducía a la capital.

Un mes después, en Teocelo, Veracruz, murió en combate el general Gómez. La oposición a la reelección fue eliminada. Por su parte, la guerra cristera se extendió

e intensificó. Continuaron circulando opiniones en torno a la posible autonomía de la Institución.

En 1929 el Partido Nacional Revolucionario fue creado en el mes de Marzo. En su seno se aglutinarían las "fuerzas revolucionarias" del país. Si bien su presidente no era el general Plutarco Elías Calles, resultaba ser su jefe visible y con el partido, controlaría la política nacional. Un grupo de generales, obregonistas ortodoxos, se levantó en armas en el Norte de la República.

Una fuerte movilización militar, en la que destacó el general Saturnino Cedillo, neutralizó y derrotó a los rebeldes encabezados por Gonzalo Escobar. El movimiento cristero entró en fase de declive al ser eliminado el general Enrique Goroztieta y al permitir el gobierno la entrada al país de algunos de los miembros exiliados del episcopado.

Monseñor Pascual Díaz encabezó las pláticas con Portes Gil, que dieron lugar a los llamados "arreglos" entre la Iglesia y el Estado. Pascual Ortiz Rubio, hasta poco tiempo antes embajador en Brasil, fue postulado por el PNR como candidato a la presidencia.

Por su parte, José Vasconcelos presentó su candidatura e inició una gira por la República, tras haber entrado a ella por la frontera norte, en Baja California. El estudiantado y las clases medias se entusiasmaron con Vasconcelos.

En el ámbito universitario, el 27 de Febrero se expidió un reglamento de reconocimientos trimestrales. Dos meses después, el rector Antonio Castro Leal declaró que era necesario fijar un sistema adecuado para la estimación del aprovechamiento de los alumnos de las diferentes escuelas, especialmente dirigido a los de Derecho y Ciencias Sociales.

El director de Jurisprudencia, Narciso Bassols, anunció un nuevo sistema de reconocimientos para evaluar a los alumnos. Esto propició fuertes protestas estudiantiles. El 4 de Mayo los estudiantes de Leyes celebraron una asamblea general y nombraron un comité provisional de huelga para que tratara de resolver el conflicto con el secretario de Educación, Ezequiel Padilla. De no llegar a acuerdos, estallaría la huelga el día 12.

La rectoría anunció que, de tener lugar esa acción, clausuraría la Escuela de Jurisprudencia. Los estudiantes no pudieron dialogar con el rector, sólo lo hicieron con el secretario general, Daniel Cosío Villegas. El 5 de Mayo declararon la huelga. El director Bassols amenazó con expulsar a los dirigentes. En virtud de la huelga y del apoyo que comenzaron a recibir los de Leyes, el propio presidente Portes Gil y el rector Castro Leal anunciaron la clausura de la Escuela y

plantearon clausurar también las escuelas que secundaran el movimiento. Existieron desórdenes en las escuelas y manifestaciones con brotes de violencia. Para garantizar un lugar de reunión, el rector puso a disposición de los estudiantes el anfiteatro de la Preparatoria. Esto sucedió el 8 de Mayo.

Los estudiantes acordaron enviar al presidente un documento que explicaba las causas de la huelga y que proponía un arbitraje del conflicto. Al día siguiente, la Confederación Nacional de Estudiantes, presidida por Alejandro Gómez Arias, pidió a sus federaciones apoyar el movimiento estudiantil.

Se designó un comité de huelga integrado, entre otros, por Gómez Arias, Salvador Azuela, Carlos Zapata Vela y Ricardo García Villalobos. Castro Leal dio por terminado el conflicto. Por su parte, los estudiantes firmaron un pacto de honor por medio del cual se comprometían a no entrar a clase alguna.

El día 11 se constituyó un Bloque Orientador, con la finalidad de ser el polo opuesto a los huelguistas. Los estudiantes publicaron un manifiesto en el que expresaron sus razones y lanzaron un ultimátum de 48 horas para que el rector nombrara una comisión que resolviera el problema. Portes Gil señaló que el movimiento tenía tintes políticos porque dos de sus principales dirigentes, Gómez Arias y Azuela, eran vasconcelistas.

El 16 de Mayo se decidió reabrir Jurisprudencia, siempre y cuando se reinscribieran los alumnos. Nadie acudió a hacerlo. Durante los días siguientes se sumaron estudiantes de otras escuelas, incluyendo a los de la Preparatoria, las secundarias, Odontología y Medicina. La policía pretendió entrar a la fuerza en la última.

Hubo una gran manifestación estudiantil, nuevos enfrentamientos y lesionados. Algunos profesores universitarios renunciaron como acto de protesta contra la represión. Por su parte, Narciso Bassols presentó su renuncia. Portes Gil mandó retirar las fuerzas públicas de los edificios universitarios para garantizar a los estudiantes la libertad para deliberar.

Ellos propusieron entonces la renuncia de las autoridades educativas, incluyendo al rector, además de la del jefe de la policía metropolitana, así como la reincorporación de las secundarias a la Escuela Nacional Preparatoria, y pidieron que el presidente eligiera al rector de una terna elaborada por el Consejo Universitario. Los estudiantes de Derecho rindieron homenajes a los heridos del día 23 y reclamaron que ese día fuera recordado como el día del estudiante y que la Plaza de Santo Domingo fuera llamada "Plaza 23 de mayo".

Portes Gil invitó a los estudiantes a sostener un diálogo con él. Al reunirse, el 28 de Mayo, se declaró a favor de la autonomía pero rehusó lo referente a las renunciaciones de funcionarios. El 1 de Junio el Consejo Universitario hizo público su acuerdo sobre la autonomía. El Congreso, en sesiones extraordinarias, se dedicó a discutir la iniciativa.

El día 4 la Cámara de Diputados facultó al Ejecutivo para sentar las bases de la autonomía. Al día siguiente el Senado hizo lo mismo. Portes Gil formuló el proyecto de Ley Orgánica de la Universidad Nacional Autónoma. El Directorio de la Huelga hizo públicas sus objeciones al proyecto y pidió la renuncia de Castro Leal.

El 29 de Junio fue formada la Liga de Profesores y Estudiantes Universitarios por el Directorio de la Huelga. El 5 de Julio, el comité de huelga declaró que si se aprobaba la ley de autonomía cesaría la huelga. Por fin, el día 10 de ese mes se dio a conocer la Ley Orgánica, que constaba de 19 considerandos, 6 capítulos y 67 artículos, de los cuales 12 eran transitorios. Al día siguiente se efectuó la última sesión del Directorio.

Se declaró el fin de la huelga y la reanudación de actividades. El licenciado Ignacio García Téllez fue nombrado rector interino, del 21 de Julio al 1 de Agosto. El día 26 se publicó la nueva Ley Orgánica en el Diario Oficial, que daba una cohesión mayor a la Universidad que la que había tenido desde su fundación.

La experiencia de la huelga estudiantil hizo a sus protagonistas conscientes de su pertenencia a una institución y a un gremio. Ciertamente, el origen común preparatoriano era un elemento de cohesión, pero las escuelas profesionales los separaban y les daban una identidad particular.

Para el conjunto integrado por el profesorado y la administración, la situación creada en Julio fue la coyuntura que consiguió la ansiada autonomía, es decir, el ya no depender de la Secretaría de Educación sino, en última instancia, del presidente de la República.

Pero además, con esta autonomía, se acabaron duplicidades y se redefinió la situación de las partes integrantes de la Universidad. Así a las escuelas tradicionales se sumó la de Bellas Artes con las carreras de arquitectura, pintura y escultura. La de Ciencias e Industrias Químicas se denominó Escuela Nacional de Ciencias Químicas y la Escuela Nacional de Medicina Veterinaria se incorporó a la UNAM.

Con la denominación de institutos, como los de Biología y Geología, las antiguas dependencias aisladas dedicadas a la investigación se integraron a la Universidad.

La Escuela de Medicina se transformó en Facultad, así como Derecho y Ciencias Sociales, dentro de la cual se fundó una sección de Economía. En fin, el perfil de la Universidad contemporánea se delineó en 1929.

Durante el mes de Agosto se nombraron los directores de escuelas, facultades e institutos, así como otros funcionarios. Fue rector interino José López Lira y posteriormente, otra vez el licenciado Ignacio García Téllez.

El Consejo Universitario aprobó los grados académicos que iba a conceder la Universidad: bachiller, maestro en ciencias, maestro en bellas artes, maestro en letras, maestro en filosofía, doctor en ciencias, doctor en letras, doctor en bellas artes y doctor en filosofía.

La campaña presidencial contó con una entusiasta participación de los universitarios. Muchos líderes del vasconcelismo, efectivamente, participaron en la lucha por la autonomía, como Gómez Arias y Azuela. El resultado de las elecciones favoreció al candidato del PNR, Pascual Ortiz Rubio.

El 6 de Enero de 1945 se publicó el texto de la Ley Orgánica de la Universidad en el Diario Oficial. El nuevo instrumento legal establecía una Junta de Gobierno integrada por 15 notables, un Patronato y, desde luego, señalaba como autoridades máximas al rector y al Consejo Universitario, además de establecer la autoridad de los directores de escuelas, facultades e institutos, con los respectivos consejos técnicos para las primeras. De la Ley Orgánica se desprendía la redacción del nuevo Estatuto General.

En 1954 se hizo la entrega formal de la Ciudad Universitaria a la Universidad. Fue establecida la Dirección General de Enseñanza Preparatoria. La Oficina de Personal subió a la categoría de Departamento.

Para 1971 El Consejo Universitario aprobó la creación del Colegio de Ciencias y Humanidades el 25 de enero y el Reglamento de la Unidad Académica del Ciclo del Bachillerato del mismo.

Se abrieron los plantel es de Azcapotzalco, Naucalpan y Vallejo, que empezaron a trabajar en abril. De esta manera, aumentó la población estudiantil. Se organizó el Colegio de Directores de Escuelas y Facultades y se aprobó su Reglamento. Fueron creados los centros de Instrumentos y de Información Científica y Humanística.

## Historia de la Facultad de Contaduría y Administración (FCA)<sup>4</sup>.

Después de varios intentos, gestiones y numerosas luchas que no prosperaron, la Universidad Nacional finalmente logró conquistar la autonomía que, junto con una serie de principios y valores, formó su esencia: la libertad de cátedra, el libre pensamiento, la autogestión responsable y la independencia académica.

Dentro de este contexto, el 26 de julio de 1929, el presidente de la República Lic. Emilio Portes Gil promulga en el Diario Oficial la Ley Orgánica de la Universidad Nacional Autónoma de México, en cuyo capítulo II habla de la constitución de la Universidad y se menciona como parte integrante de la misma a la Facultad de Comercio y Administración. Este acontecimiento se considera como el nacimiento de lo que hoy es la Facultad de Contaduría y Administración.

A fines de 1845 nace el Instituto Comercial a dos años de haber sido creado cerró sus operaciones por los acontecimientos de la intervención norteamericana de 1847; nueve años más tarde, surge la Escuela Especial de Comercio que funcionó a lo largo de 15 años, de 1854 a 1869, y en donde se impartían estudios de comercio con Página del Diario Oficial de la Federación del día 26 de julio de 1929. Posteriormente, en 1869 se constituye la Escuela Superior de Comercio y Administración, que dependía del “Departamento Universitario de Bellas Artes de la Secretaría de Industria, Comercio y Trabajo” y de la Universidad. En el año de 1929, y con la promulgación de la Ley Orgánica se menciona que: “La Facultad de Comercio y Administración estará formada por la actual Escuela Superior de Comercio y Administración, dependiente de la Secretaría de Educación Pública, que incluye a las carreras de Contador de Comercio y Contador Público y Auditor, y por la Escuela Superior de Administración Pública”.

Al ser oficial la separación de la Escuela Superior de Comercio y Administración del Departamento Universitario, se forma una comisión de profesores y alumnos presidida por el Profesor Francisco Pizarro Suárez, la cual se pone a disposición del Rector de la Universidad para que juntos, y de acuerdo con el Instituto de Contadores Públicos, trabajen en la organización de la nueva Facultad de Comercio. Cabe señalar que la comisión de alumnos estuvo formada por Joaquín Gallo, Ángel Escobar, Francisco Salas, Alfredo Gutiérrez y Salvador Reynoso, quien por cierto fue el primer egresado de la nueva Facultad; la de profesores, por Eucario Alonso, David Thierry, José Bravo, Carlos González Peña y Francisco Pizarro Suárez, así como por los representantes del Instituto de Obras de la Escuela Nacional de Comercio y Administración en la Ciudad Universitaria.

---

<sup>4</sup> Ángeles Mendieta Alatorre, Manuel Carrera Stampa, *Historia de la Facultad de Contaduría y Administración volumen II*, 1983.

La Facultad se ubicó físicamente en la calle de Humboldt núm. 39, local que ocupaba la Escuela Superior de Administración Pública. El primer director de la recién creada Facultad fue el Contador Público José F. León, quien fuera nombrado por el Consejo Universitario en sesión extraordinaria el 16 de agosto de 1929.

En 1928 el presidente Plutarco Elías Calles concluía su periodo presidencial y Álvaro Obregón seguía como gran caudillo; ambos representaban las grandes figuras y las únicas fuerzas políticas en el país. Es importante mencionar que desde 1926 se libraba la guerra civil conocida como cristera. Fue en ese mismo año cuando se modificó la Constitución y se permitió la reelección del Presidente de la República; la candidatura sólo recayó en el general Obregón debido a que los opositores Arnulfo R. Gómez y Francisco Serrano fueron asesinados.

Así, Álvaro Obregón fue electo Presidente de las Nuevas instalaciones en el Circuito Exterior de la Ciudad Universitaria.

El primer Consejo Técnico se realiza en las instalaciones de la Facultad ubicadas en Licenciado Verdad núm. 2, después de una elección llevada a cabo el 5 de abril de 1933, en donde quedaron como representantes de la carrera de Contador Público los maestros Sealtiel Alatríste, Víctor M. Díez Barroso, Arnold Harmony; de la carrera de Ingeniero Comercial, los maestros Miguel Bracho, Salvador Elizondo y Marco Sousa; como representantes del Bachillerato y carreras cortas, los maestros Jesús Monroy Torres, Roberto Morales y Miguel Torner. Así, también fueron nombrados para el Consejo Universitario los maestros Enrique Vázquez y Tomás Vilchis.

Una vez nombrados los miembros de la Academia Mixta de Profesores y Alumnos, que así se llamó lo que después fue el Consejo Técnico, fueron convocados por el República, pero los grupos opositores, políticos y religiosos lo asesinaron el 17 de julio de 1928.

Este asesinato ocasionó que el Lic. Emilio Portes Gil ocupara el cargo provisionalmente, a partir del 1º de diciembre de 1928, en el que se mantuvo un poco más de 14 meses. Durante este periodo sucedieron hechos importantes en la historia de México: la autonomía universitaria con la promulgación de la Ley Orgánica de la Universidad Nacional Autónoma de México que, como ya se mencionó, fue firmada el 22 de julio y publicada en el Diario Oficial del 26 de julio de 1929.

El licenciado Ignacio García Téllez, que era oficial mayor de Gobernación, fue investido como rector interino por designación de la Presidencia de la República para laborar en la organización de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Es importante destacar que el primer nombre de la Institución fue Facultad de Comercio y Administración; posteriormente, en 1935, fue cambiado a Escuela Nacional de Comercio y Administración. No fue sino hasta 1965, con la aprobación de los estudios de posgrado, que se convirtió nuevamente en Facultad.

Finalmente, la Facultad cambió el nombre de Comercio por el de Contaduría. Así, actualmente se le identifica como Facultad de Contaduría y Administración.

Llevándose a cabo la primera reunión de la Academia el día 6 de junio de 1933. En ella, uno de los temas tratados fue que, por problemas de presupuesto y lo difícil del año, desaparecerían las carreras cortas que se impartían en la facultad.

Se contó con la presencia de alumnos entre los que destacamos a Wilfrido Castillo Miranda que después fue director de la Facultad.

En la segunda sesión de la Academia aparece, ante la ausencia del director Casas Alatríste, el contador Luis Pastor Flores quien preside la reunión como el Decano de la Facultad en funciones de Director; en ella se trató, entre otras cosas, sobre la solicitud de la Secretaría General de la Universidad para que se presente el Reglamento Interior de la Facultad, pues aún se carecía de él. Para tal efecto, se nombró una comisión formada por los señores Roberto Morales y Cesareo Gómez, para que en un mes lo presentaran para su discusión y posteriormente aprobación.

La estructura de la ley Orgánica se compone de 54 artículos y otros 11 transitorios, entre los cuales se menciona que la Facultad de Comercio y Administración estará formada por la Superior de Comercio en lo concerniente a las carreras de Contador de Comercio, Contador Público y Auditor. Asimismo, en su artículo sexto transitorio menciona que el Consejo Universitario designará al Director de la Facultad de Comercio y Administración, quien fungirá hasta la terminación del año escolar de 1929 y que, un mes antes de la terminación de los cursos de este año, la academia de profesores y alumnos de dicha Facultad propondrá al pleno del Consejo una terna para escoger al Director que deberá entrar en funciones a partir del 1º de enero de 1930.

Como hemos mencionado, el nombramiento se otorgó al C.P. José F. León y Ponce, sustituido posteriormente por el C.P. Agustín Zea Arreguín, quien dirigió la vida académica de la Facultad desde 1931 hasta 1933, año en que fue elegido el C.P. Roberto Casas Alatríste.

El Lic. Manuel Gómez Morín duró en su encargo sólo un año, del 23 de octubre de 1933 al 26 de octubre de 1934; el Dr. Enrique Aragón, como interino, sólo un mes,

de octubre a noviembre de 1934, el Dr. Fernando Ocaranza, de noviembre de 1934 a septiembre de 1935.

El Lic. Luis Chico Goerne fue rector casi tres años, de septiembre de 1935 a junio de 1938; el siguiente rector nombrado fue el Dr. Gustavo Baz Prada, que estuvo de junio de 1938 a diciembre de 1940; Mario de la Cueva, licenciado en derecho, ocupó el cargo de forma interina, de diciembre de 1940 a junio de 1942; el Lic. Rodolfo Brito Foucher ejerció el cargo de 1942 a julio de 1944; tanto el Dr. Samuel Ramírez Moreno como el Dr. José Aguilar Álvarez ocuparon la rectoría por un breve periodo, el primero, cuatro días y el siguiente, once.

la Facultad de Comercio estuvo a punto de desaparecer de no ser por las intensas gestiones del entonces tesorero de la Universidad, el C.P. Alfredo Chavero, que logró convencer al Rector para conseguir su consolidación; en este contexto, el Rector lo designa director de la Facultad, puesto que le ratifica el Consejo Universitario en 1934 cuando era rector el Dr. Fernando Ocaranza.

En 1935, con el Dr. Ocaranza al frente, se le da a la Universidad una nueva estructura y se convierte a la Facultad en Escuela Nacional de Comercio y Administración incorporándola por breve tiempo, junto con la sección de Economía, a la nueva Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, que incluyó desde ese momento a las Escuelas Nacionales de Jurisprudencia, Comercio y Administración y la nueva Escuela Nacional de Economía.

El C.P. Alfredo Chavero e Híjar Haro fue director de la Escuela Nacional de Comercio y Administración de 1934 a 1936; le sucedió en el cargo el C.P. Maximino Anzures (1936 a 1938). Por otra parte, el primer director que duró en su encargo más de un periodo fue el C.P. José Barra Emparán, de 1938 a 1944.

El C.P. Alfonso Ochoa Ravizé fue nombrado director el 28 de agosto de 1944 por el Rector Alfonso Caso; en uso de las facultades que le concedía la junta de ex rectores, Ochoa Ravizé tomó posesión del cargo el 1º de septiembre de 1944. Posteriormente, en 1945 y de acuerdo con la nueva ley orgánica, el 16 de mayo, el Rector Lic. Genaro Fernández McGregor presentó ante el Consejo Técnico la terna para el nombramiento del nuevo director, que estuvo compuesta por los contadores públicos Nicolás Barrón y Paz, Alfonso Ochoa Ravizé y Carlos Robles.

Posteriormente, la Junta de Gobierno designó al C.P. Ochoa Ravizé director para el periodo 1945-1949 convirtiéndose en el primer director con un cargo por cuatro años, de acuerdo con la nueva Ley.

También en este periodo, y como consecuencia de la renuncia del Dr. Salvador Zubirán a la rectoría de la UNAM, el 23 de abril de 1948 se nombró como Rector

interino a C.P. Alfonso Ochoa Ravizé, del 24 de abril al 1º de junio de 1948, hasta el nombramiento del doctor en Derecho Luis Garrido Díaz, quien se convirtió en el primer Rector que duró en el cargo un periodo completo, de 1948 a 1952, teniendo una reelección hasta el 13 de febrero de 1953 en que fue sustituido por el Dr. Nabor Carrillo Flores.

En el periodo como director de Alfonso Ochoa Ravizé se adquirió la casa ubicada en Liverpool 66, primera instalación propia fuera del centro histórico; además, se dotó a la Facultad de su primera biblioteca.

Posteriormente, en 1949, el C.P. e I.Q. Wilfrido Castillo Miranda fue director por dos periodos, hasta 1957, logrando incorporar el bachillerato a los estudios de la Facultad; creó, además, la carrera de licenciado en Administración de Empresas y un lugar para la Facultad en la nueva Ciudad Universitaria, que se construyó en los terrenos del Pedregal de San Ángel.

En 1957 toma posesión el C.P. Arturo Elizundia Charles, que también estuvo dos periodos al frente de la Facultad; el logró, entre otros desarrollos académicos, convertir la Escuela Nacional en Facultad a partir de 1965, al ser aprobados los estudios de posgrado, así como la creación de la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA), cuyo primer presidente fue él.

En estos años y bajo el rectorado del Dr. Ignacio Chávez, con la Dirección del C.P. Carlos Pérez del Toro se implementó el plan de estudios de 1964, se convirtieron a semestres las materias y se inició el funcionamiento de la División de Estudios Superiores; además, se logró el traslado a las actuales instalaciones dentro de C.U. en 1969.

Después del movimiento estudiantil de 1968, y ya en las nuevas instalaciones, fue nombrado el C.P. y L.A.E. José Antonio Fernández Arena, quien desarrolla un plan modular de estudios, de breve aplicación. Fue sustituido por el C.P. Manuel Resa García quien duró en su encargo dos periodos, de 1973 a 1981; bajo la dirección del Maestro Resa se modificaron los planes de estudio en 1975, creándose además el Doctorado en Administración y la Maestría en Contaduría, así como algunas especialidades.

El edificio de las calles de Liverpool fue convertido en un centro de educación continua, creándose además los estudios a distancia, que a partir de entonces se les llamó Universidad Abierta; por otra parte, se creó también un estudio de televisión. Después de los periodos del Maestro Resa, el C.P. Alfredo Adam Adam fue designado por la Junta de Gobierno para dirigir los destinos académicos de la Facultad por dos periodos; entre los avances académicos logrados podemos

mencionar: la creación de la Licenciatura en Informática; la renovación de los planes de estudio en 1985 de las carreras de Contador Público y Administración de empresas; la creación de estudios para 13 especialidades en el Posgrado, así como la de un fideicomiso para el desarrollo y la investigación, el cual proporciona apoyo en becas para los estudios de Doctorado.

Mención aparte merece la edificación de una nueva biblioteca, la más importante de América Latina en su género, que fue construida con recursos de la Universidad, de la Facultad y de aportaciones de los egresados; también fueron construidas las actuales instalaciones de Posgrado.

En este periodo se fundó el Fondo Editorial, además de las revistas: Emprendedores y Consultorio Fiscal, las cuales junto con Contaduría y Administración, fundada en 1956, han dado a la Facultad prestigio en el ámbito editorial.

Al C.P. Alfredo Adam siguió como director, de 1989 a 1993, el Maestro Salvador Ruiz de Chávez, quien impulsó el intercambio internacional y la valuación académica; a su vez, él fue sustituido por el C.P. y L.A.E. José Antonio Echenique, de 1993 a 1997, quien desarrolló y apoyó la labor de investigación con la construcción del edificio correspondiente, además del apoyo informático.

De 1997 a 2005, dirigió los destinos de la Facultad el C.P. y Maestro Arturo Díaz Alonso, quien creó las Academias de Profesores por área del conocimiento; de igual forma, promovió la investigación y actualización docente, con enfoque humanista y ético, al incrementar el número de materias optativas en los planes de estudio.

Al Maestro Díaz Alonso siguió el nombramiento, por la Junta de Gobierno, de la Dra. Ma. Antonieta Martín Granados, quien estuvo a partir de noviembre de 2005 y hasta 2009.

Actualmente se encuentra al frente de la Facultad de Contaduría y Administración el Dr. Juan Alberto Adam Siade (2009-2013).<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Véase, la pagina web de la FCA- UNAM, "Reseña Histórica FCA", disponible en: <http://www.fca.unam.mx/mision.php> .

## 1.2. Estructura orgánica de la Facultad de Contaduría y Administración.

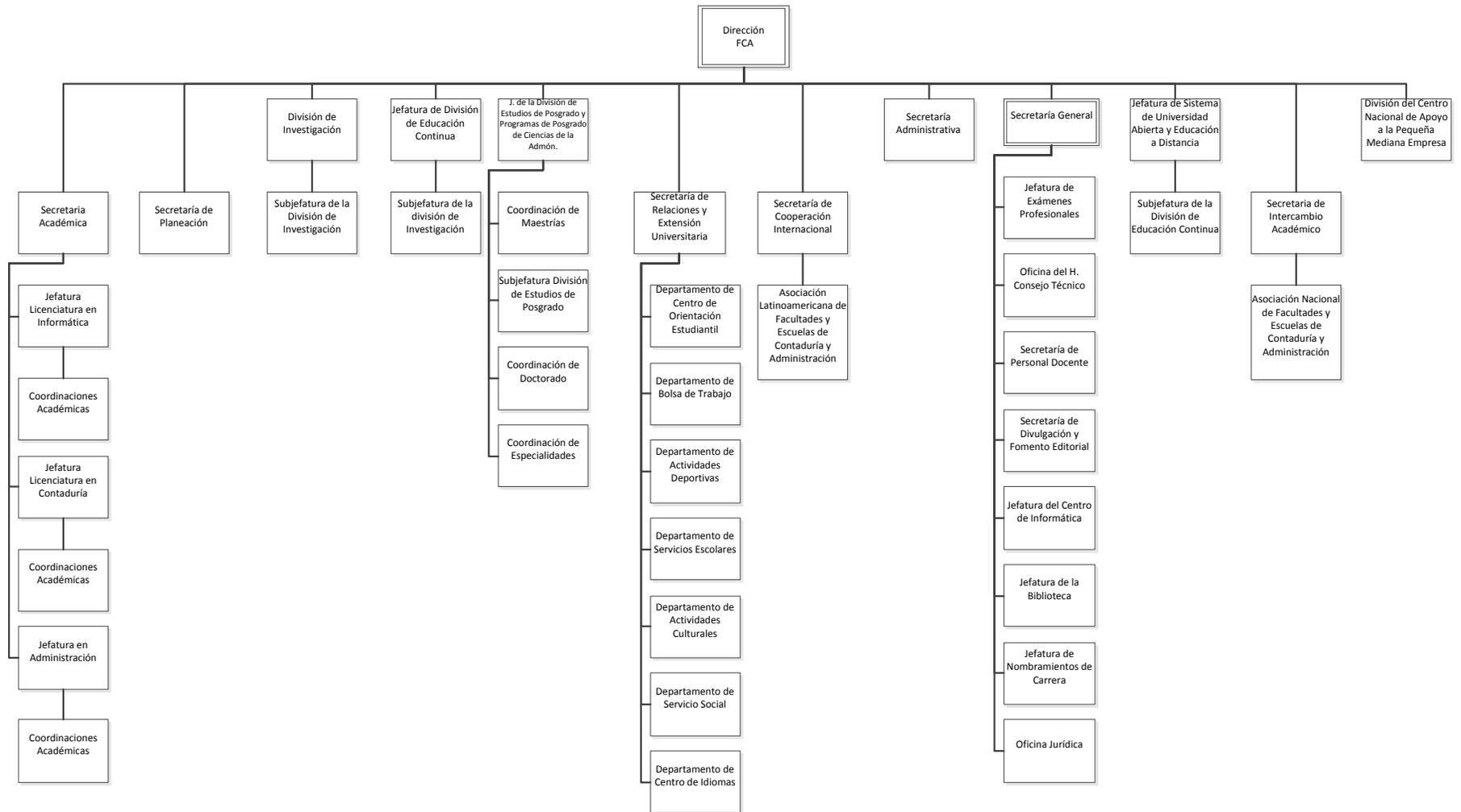


Ilustración 1

## 2. Marco teórico.

El diseño Enlace Empresarial, surge de una necesidad identificada en la FCA de la UNAM, esta se refiere al fortalecer la vinculación entre Universidad – Empresa, afín de poder beneficiar a ambas instituciones mediante la fluidez en conocimiento, talento, participación en el desarrollo nacional y sobre todo de capital humanos, teniendo a la Facultad de Contaduría y Administración como ofertante y a las Pymes como demandantes, para ello se presenta un análisis del contexto nacional. A continuación se presentan los datos que sustentan la necesidad.

La historia, nos permite reconocer que las universidades juegan un papel fundamental en el desarrollo de las sociedades. A ellas corresponde gran parte de la transmisión de conocimientos y su inserción al sector empresarial.

El enlace de una empresa con la Universidad surge de su proceso de vinculación, por ello es necesario especificar ambos conceptos, afín de identificar la funciones y pretensiones de ambos dentro del proyecto.

Durante los últimos años, han sido las universidades los motores de éxito organizacional de un buen número de organizaciones a nivel mundial. Se ha ampliado el esquema tradicionalista de sus funciones y se ha aprovechado el valor económico de la inserción del conocimiento a la actividad empresarial.

Casa y De Gortari (1999) señalan que la cooperación entre las universidades y las empresas es fundamental y constituye uno de los elementos clave de las políticas de educación, ciencia y tecnología, el cual genera cambios como la comercialización de actividades, unas veces por iniciativa misma de los académicos y otras a instancia de las empresas.

Por otro lado, existe un debate respecto a las funciones sustantivas de las IES (Instituciones de Educación Superior) y su participación en el sector productivo, pues es posible pensar que la aplicación y comercialización del conocimiento se contraponen a la misión de las universidades; Sin embargo, las condiciones económicas, políticas y sociales actuales han llevado a muchas universidades a vincularse con el sector productivo, buscando allegarse de recursos.

En todo caso no se debe perder de vista que la vinculación entre universidades, empresas y estado solo representan una función sustantiva en tanto que dicho

vínculo aporte al desarrollo social, económico y político donde se localice, así mismo que este desarrollo tenga un impacto en el mejoramiento del nivel de vida de los habitantes, la generación de empleos y en el caso del área administrativa que estamos abordando, existir una importante aportación en la supervivencia de micro, mediana y pequeña empresa.

## **2.1. La vinculación como base del Enlace Empresarial.**

Francisco Romero (2008) alude a la vinculación entre universidad, sector productivo y social como “una interrelación entre agentes de la universidad y agentes externos (pueden ser personales o involucrar a las organizaciones) que realizan una actividad con un objeto específico que beneficia a ambas partes”.

La vinculación busca la oportunidad de aplicar en forma provechosa para la nación los avances en el conocimiento. En este sentido, corresponde a las Universidades encaminar el conocimiento profesional a un terreno de aplicación funcional y provechosa.

## **2.2. Enlace Empresarial.**

Comprendiendo la vinculación, surge el enlace de la Universidad con las empresas, donde se requiere una perspectiva integrada que aborde las problemáticas tanto políticas, educativas y de uso del conocimiento.

El conocimiento sin lugar a dudas constituye hoy por hoy el factor más importante para detonar el desarrollo económico de un país. De ahí la gran importancia de contar con políticas que verdaderamente impacten en un mejoramiento integral del sistema educativo mexicano.

El canal que existe entre las Pymes y las universidades en México, es ciertamente vulnerable, la falta de interés y políticas adecuadas que permitan involucrar el quehacer y desarrollo de conocimiento a la realidad de la mayoría de las organizaciones limita la perspectiva tanto empresarial como de las universidades.

Actualmente algunas IES presentan interés en la participación de ciertos sectores empresariales que presuponen oportunidades tanto de mejora como de inversión; Sin embargo, parecen dejar de lado las posibilidades tanto de aprendizaje como de crecimiento que yacen en las Pymes. No existen hasta el momento

planeaciones específicas y adecuadas que permitan la inserción de conocimientos al terreno táctil de algunas organizaciones.

Las empresas que no cuentan con fundamentos administrativos y basan su supervivencia en el empirismo (que si bien sostiene la mayoría de las estructuras organizacionales), limitan las posibilidades de vida de negocios, teniendo un alto costo tanto económico como social.

### 2.3. Perspectiva nacional de la relación Universidad – Estado – Empresas.

La vinculación de Las IES con el sector productivo y gubernamental en México se ha desarrollado bajo diversas condiciones económicas y políticas en que hemos estado como nación. En la tabla 1 se presentan las principales acciones a este respecto en las últimas décadas:

<b>Evolución de la relación universidad- Estado-Empresa en México.</b>	
<b>Década</b>	<b>Condiciones</b>
70's	Las universidades se dedicaban a cumplir las funciones sustanciales que les habían sido encargadas: formación de recursos humanos, contribución al conocimiento básico y extensión y difusión de la investigación y enseñanza. El principal financiamiento provenía de fondos gubernamentales.
80's	Se incrementó el número y diversidad de los mecanismos de vinculación entre las universidades e industria, para hacer frente al problema de la falta de competitividad de las empresas mexicanas. En la segunda mitad de la década la apertura de la economía, puso en primer plano el problema de la competitividad, fuertemente asociado con la capacidad tecnológica de las empresas. Es en este momento cuando las modalidades de vinculación IES-empresa-gobierno adquieren mayor impulso, de manera espontanea e inducida.
90's	Durante el sexenio 1988-1994, mediante el Programa para la Modernización Educativa, se busco alcanzar la excelencia del sistema de educación superior, promoviéndolo mediante evaluaciones para determinar el monto del financiamiento. Se estimuló la formación de profesionales y técnicos, y el gobierno se autoimpuso la responsabilidad de orientarse a satisfacer las necesidades de la sociedad mexicana, conciliando los intereses y preferencias de estudiantes con la oferta de carreras profesionales prioritarias para el desarrollo (se incremento la inscripción de alumnos en ciencias básicas, ingeniería, tecnología y

	humanidades). (Vera 2010). A partir de 1992 y a través del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) el gobierno otorgó financiamiento a las instituciones públicas con un criterio de rentabilidad económica.
2000	Se presentaron cambios significativos en la visión del sector privado hacia la vinculación, que se reflejan en la expansión y diversidad de sus relaciones con las instituciones de educación superior; sin embargo, son insuficientes para impactar el desarrollo económico en su conjunto.
2010	Se procura una mejorar la cultura de la evaluación, como estrategia para enfrentar los grandes desafíos de la educación superior.

Tabla 1

A continuación se enuncian algunos de los principios rectores de la política nacional en este tema propuestos por el Foro Constitutivo Científico y Tecnológico para su consideración como elementos en la elaboración del Plan Nacional de Desarrollo y el Programa de Gobierno 2007-2012:

- ✚ Conocimiento e innovación como factores estratégicos.
- ✚ Avance en la constitución de una sociedad del conocimiento.
- ✚ Vinculación entre la generación del conocimiento y la innovación; y entre la investigación básica y la aplicación del conocimiento.
- ✚ Desarrollo del conocimiento a través de la investigación-innovación.

El gobierno mexicano tiene contemplado en su Plan Nacional de desarrollo, objetivos para enfrentar los retos de la educación superior, sin embargo, el presupuesto federal es insuficiente, lo cual implica que dichos propósitos no sean factibles de realizar.

Por su parte, el Foro Constitutivo en Ciencia y Tecnología enfatiza que no se cuenta con políticas para estimular a las pequeñas y medianas empresas a nivel estatal, y que en general, se carece de políticas diferenciadas para la formación de recursos humanos, creación de infraestructura, financiamiento y fijación de prioridades que den respuesta a las asimetrías que caracterizan la realidad nacional de las capacidades científicas, tecnológicas y de innovación entre regiones y localidades.

Con relación a la micro, pequeñas y medianas empresas (Mpymes), en el Plan Nacional de Desarrollo multicitado establece, en la estrategia 2.6, la importancia de promover la creación, desarrollo y consolidación de las mismas, ya que estas constituyen más del 99% del total de unidades económicas del país; representan alrededor del 50% del PIB y contribuyen a generar más del 70% de los empleos

en México, según estimaciones efectuadas con base en datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI).

Como parte de los objetos contenidos en dicho Programa, se incluye el contribuir a la generación de empleos mediante el impulso a la creación de nuevas empresas y la consolidación de las Mpymes existentes.

Históricamente la inversión en ciencia y tecnología en nuestro país ha sido mucho menor que en los países desarrollados. Especialmente en las últimas décadas, la comparación con la inversión que realizan otros países industrializados arroja un panorama poco favorable, pues en tanto el promedio de los países de la OCDE (Organización para el Crecimiento y Desarrollo Económico) en el año 2000 fue de 2.2% del Producto Interno Bruto (PIB), en México sólo representó el 0.4%. En el informe presentado por la *Global University Network for Innovación*, citado en el Plan de Trabajo ANUIES (Programa Nacional de Extensión de la Cultura y los Servicios) 2005-2009, se indica que en la última década, 64% de los gobiernos han aumentado la cuota de gasto en este nivel educativo; que los países de América del Norte y casi toda la totalidad de los europeos han incrementado los gastos en enseñanza superior; sin embargo, América de Sur es una de las regiones menos favorecidas con este hecho, donde el 66% de las naciones, incluso, han reducido las cuotas estatales. (ANUIES, 2009).

#### **2.4. Tendencias de vinculación en las Instituciones de Educación Superior (IES) en México.**

La importancia de la educación se reconoce en el Programa Nacional de Educación 2001-2006, como se señala a continuación.

“La educación superior es un medio estratégico para acrecentar en capital humano y social de la nación, y la inteligencia individual y colectiva de los mexicanos; para enriquecer la cultura con las aportaciones de las humanidades, las artes, las ciencias y las tecnologías; y para contribuir al aumento de la competitividad y el empleo requeridos en la economía basada en el conocimiento. También es un factor para impulsar el crecimiento del producto nacional, la cohesión y la justicia sociales, la consolidación de la democracia y la identidad nacional basada en nuestra diversidad cultural, así como para mejorar la distribución del ingreso de la población”. (SEP, Programa Nacional de Educación 2001-2006: 183).

Para entender el panorama actual enfrentado por las IES en el desarrollo nacional, es de vital importancia el plantearnos las condiciones académicas y demandas

existentes hacia las IES por parte de sectores tanto sociales como empresariales y el modo en que han tenido un complejo cambio durante el siglo pasado y los años transcurridos en el presente.

Las demandas sociales y empresariales han generado que las IES busquen financiamiento adicional a los subsidios gubernamentales, generando un cambio en su estructura interna y funcional.

La misión de las IES ha tenido que modificarse buscando hacer frente a las demandas requeridas por su entorno. Ver tabla 2 (Referencia en tabla 1 de la pág. 26):

<b>Expansión de la misión de las universidades</b>		
Enseñanza	Investigación	Empresarial
Preservación y difusión del conocimiento	Primera evolución académica	Segunda evolución académica
Una misión: Enseñanza	Dos misiones: Enseñanza e investigación	Tercera misión: Desarrollo económico y social. Continúan las antiguas misiones

Tabla 2

Fuente: Adaptación de Vera (2010), con base en Etzkowitz y Leydesdorf (2000).

Todos los esquemas de desarrollo en México, operan bajo escenarios de competencia mundial, la educación superior no es la excepción.

El inadecuado enlace entre las organizaciones y las universidades en México se puede analizar en la tabla 3, donde se esquematizan dos causas principales mencionadas por Varela (1999): Problemas normativos y prácticos.

<b>Problemáticas que limitan el adecuado enlace empresarial en México</b>	
Normativas	Prácticas (manejo operativo)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La extensión de la matrícula no se acompaña de reformas de fondo a los modelos académicos ni a la estructura de las universidades.</li> <li>2. Existen modelos de gestión centralizados y burocráticos.</li> <li>3. Existe poca definición de procedimientos de cotización de proyectos de vinculación.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Falta de tiempo disponible del personal de las universidades y empresas.</li> <li>2. En las universidades públicas no existe una cultura del cobro de los bienes y servicios que se generan.</li> <li>3. Existen en pocas universidades, estrategias específicas para involucrar a las micro, pequeñas y</li> </ol>

<p>4. La falta de modelos promoción que den conocimiento a las empresas sociales y productivas, de la oferta de bienes y servicios de las instituciones de educación superior y centros de investigación y desarrollo.</p>	<p>medianas empresas a programas de vinculación.</p> <p>4. Desconfianza por parte de las empresas en cuanto al retorno de la inversión y resultados que se obtienen, falta de comunicación y desconocimiento de las potencialidades, así como entrega de resultados fuera del tiempo deseado.</p> <p>5. Las grandes empresas prefieren vincularse con organismos externos.</p> <p>6. La inexistencia de una cultura hacia la innovación en la mayoría de las micro, pequeñas y medianas empresas.</p>
--	---

Tabla 3

En el Programa Nacional de Extensión de la Cultura y los Servicios, 2000, de ANUIES (2000b) se hacen la siguiente declaración sobre la problemática relativa a la falta de competitividad en nuestro país:

- ✚ La modernización de las grandes empresas del país se ha dado en forma exitosa; sin embargo, no se ha logrado integrar del todo a los encadenamientos productivos con las pequeñas y medianas empresas.

Dentro de los beneficios de la vinculación que señala ANUIES, se encuentran:

- ✚ Aplicación de los conocimientos teóricos en la práctica laboral.
- ✚ Impacto positivo en la administración, producción, comercialización, capacitación y calidad de los productos del sector productivo.
- ✚ Generación de recursos financieros para complementar el presupuesto ordinario de las instituciones.
- ✚ Entre los principales logro obtenidos de la vinculación entre las IES y los sectores productivos destacan: bajar los costos de producción y los operativos, y resolver problemas técnicos de las empresas. Dicha Vinculación se desarrolló con frecuencia en demandas que no implican innovaciones, cambio tecnológico, ni generación de nuevos conocimientos.

Por otra parte, dentro de los estudios sobre el estado de la vinculación de las instituciones de educación superior con el sector productivo realizado por la ANUIES (200b) se dispone de la Encuesta Conacyt-ANUIES, aplicada en 1996, a

352 instituciones de educación superior y centros de investigación de los cuales respondieron 247 (70%), con la siguiente información:

- ✚ El 63% de las universidades públicas y el 58% de las particulares hacen alusión a la insuficiencia de recursos humanos calificados para desarrollar proyectos de vinculación.
- ✚ La mayor parte de los recursos para la vinculación provienen del propio presupuesto de las IES.
- ✚ Existe poca precisión de la misión de los programas de desarrollo institucional, acerca del significado e importancia de las actividades de vinculación con el entorno y en particular con el sector productivo.

El panorama anterior ofrecido por ANUIES nos permite entender que carecemos en México de las estructuras adecuadas que permitan a nuestro sector productivo beneficiarse de las múltiples opciones de vinculación y enlace laboral que las universidades ofrecen. Se requieren promover estructuras de negocio solidas que enlacen el talento humanos que se forma en las universidades con las necesidades y carencias del sector empresarial.

## **2.5. Postura de la Facultad de Contaduría y Administración en Vinculación.**

En esta era del conocimiento existe una tendencia a que las universidades se vinculen con la industria y el gobierno. Casas y De Gortari (1999), al analizar la vinculación en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) concluyen que esta universidad si juega un papel importante en el desarrollo económico, mediante una formación de recursos más adecuada a las necesidades de la empresa, la promoción de investigaciones de interés para la industria y el suministro de servicios para solucionar problemas específicos de diversos sectores de la sociedad.

Haciendo referencia a los informes que se han girado tomando como objetivo la vinculación universidades-empresas del año 2007 a la actualidad, se puede resaltar que como mencionan en el artículo “La estrategia de vinculación de la subsecretaría de Educación Pública”. De acuerdo con el Índice de Competitividad, México ocupa la posición 60 en un estudio entre 134 países, y perdió ocho posiciones respecto de 2007. En relación con el indicador de la cooperación universidad-empresa para la investigación y el desarrollo, el país se ubica en la posición 85; en el caso del indicador relacionado con la disponibilidad de

ingenieros y científicos, se encuentra en el lugar 105. En ambos casos se encuentra por debajo de países de la región como Brasil, Chile y Argentina.

En el comunicado dado el 07 de Marzo de 2011 por el secretario de la Facultad, Alonso Lujambio, se retoma el tema resaltando que es urgente reactivar el vínculo entre el sector educativo y el empresarial a fin de fortalecer la competitividad de la economía mexicana, porque a través de los industriales, está la posibilidad de que el país logre un crecimiento sostenido y un amplio desarrollo, recalca que con este proceso se permitirá a los jóvenes la pasantía, es decir, que se acerquen a las empresas y éstas les faciliten la realización de un servicio social profesional y se establezca con ello la posibilidad de obtener un primer empleo.

El 17 de enero de 2012, el periódico la jornada publico un artículo llamado “México espera mayor vinculación entre universidades y empresas”, en el cual, según un estudio de la SEP, a diferencia de lo que ocurre en otros países, son escasas las empresas mexicanas que tienen vínculo directo con universidades como medio para propiciar la innovación. Apenas 14 de cada 100 empresas en México tiene "algún tipo de vinculación directa" con instituciones de educación superior, contra 45 y 50 por ciento, respectivamente, en Brasil y Estados Unidos, aseguró Rodolfo Tuirán, encargado de despacho de la Secretaría de Educación Pública (SEP).

Por otra parte dentro de la Facultad de Contaduría y Administración se puede mencionar con base en los informes de actividades de la ex directora Dra. Ma. Antonieta Martín Granados (2005-2009) y el actual director Dr. Juan Alberto Adam Siade (2009-2013); se pudo encontrar que en el periodo de la Dra. Ma. Antonieta Martín se habla de una vinculación para los alumnos solo con el sector escolar y sector de investigación, y acerca de las Pymes solo habla sobre el apoyo y orientación a través del CENEXE para el mejoramiento y desarrollo de su organización.

Juan Alberto Adam Siade menciona en la presentación del libro “Efectividad de la Vinculación Universidad-Industria Automotriz-Gobierno en Puebla, Aguascalientes y Estado de México”, que para la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM es prioritaria la vinculación de sus funciones sustantivas con los sectores sociales, productivos y gubernamentales.

Desde el 2009, el Dr. Juan Alberto Adam toca el punto de vinculación entre los alumnos y el sector empresarial, que se ha ido desarrollando conforme a programas y actividades que van orientados a que las empresas den clases a los alumnos a través de Asignaturas Empresariales y Organizacionales, que hacen que los alumnos tomen las experiencias de esas empresas públicas y privadas

para su crecimiento y desarrollo en el mundo laboral, y a las empresas ver que los alumnos tienen la capacidad, entrega y talento para poder desarrollarse en sus empresas.

Las Asignaturas Empresariales y Organizacionales se crearon con la filosofía de ofrecer a los mejores estudiantes la oportunidad de vincularse e interactuar directamente con los profesionales, ejecutivos y empresarios tanto de empresas privadas como de organismos públicos, porque es en ambos sectores donde los jóvenes se desarrollan durante su vida laboral e igual de importantes para cumplir cabalmente con el compromiso que como universitarios tienen con la sociedad.

Con una mayor interacción entre el sector productivo y organizaciones diversas con los estudiantes de la FCA, se generarán resultados tangibles en beneficio de los estudiantes, al convivir estos más de cerca en los centros de trabajo y poder complementar sus experiencias académicas en las empresas y organismos públicos y privados.

Los programas de las Asignaturas Empresariales y Organizacionales están orientados hacia la firma o a la empresa en su conjunto, pues si bien el temario se realiza con apoyo académico de la Universidad, los temas fundamentales, las habilidades y actitudes son los que la empresa determine como temas importantes para consolidar la formación profesional de los alumnos.

Una de las principales prioridades de las Asignaturas Empresariales y Organizacionales es la de vincular a la FCA-UNAM con las empresas y organismos mencionados, en tres vertientes:

Primera, que exista una cercanía entre la expectativa de la empresa y la formación universitaria de los alumnos.

Segunda, que para los estudiantes sea una manera práctica de acercarse a las empresas para tomar clases con directivos de primer nivel, que por problemas de tiempo en su agenda, difícilmente irían a las aulas de cualquier universidad.

Tercera, que las Asignaturas Empresariales y Organizacionales formen parte del proceso de reclutamiento de talento humano en la universidad; es decir, para facilitar la incorporación de los universitarios al campo laboral.

El propósito de la FCA-UNAM es que en los próximos ciclos escolares se incremente el número de asignaturas y de organismos participantes, de acuerdo a la diversidad de intereses, de temas y de solicitudes de las empresas que ya se

han acercado a la propia institución, en tanto sea conocido y se difunda este proyecto estratégico Universidad-Empresa para el desarrollo del país.

Al respecto, se debe enfatizar que la vinculación Universidad-Empresa es prioritaria para el desarrollo del sector económico del país, pues por un lado, las empresas seguirán requiriendo personal capacitado a nivel profesional; con conocimientos, habilidades y aptitudes en la Contaduría, la Administración y la Informática, y por el otro, la Universidad seguirá formando nuevas generaciones de profesionistas capaces de afrontar nuevos retos, nuevas metas y sobre todo nuevos modelos de negocio para el Siglo XXI.

Este proyecto busca fortalecer estratégicamente el vínculo universidad-empresa a través de las “Asignaturas Empresariales y Organizacionales”, donde se reconozca la diversidad de los organismos públicos y empresas privadas, así como los distintos tipos de estudiantes que éstas requieren; y al mismo tiempo, que la calidad de los estudios profesionales corresponda al más alto nivel para que el estudiante domine lo fundamental de cada profesión, ya que seguramente el egresado laborará en más de una de las áreas del conocimiento de su licenciatura durante su vida profesional.

Además su implantación es de carácter permanente, esperando tener cada semestre al menos 50 asignaturas empresariales.

Con respecto a las Pymes, se creó el CENAPYME (Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa) para la orientación y apoyo a estas empresas, así como las empresas que han crecido con este programa se unen a la bolsa de trabajo de la FCA. De esta manera podemos observar que desde hace ya seis años se tiene la influencia de hacer que el alumno se involucre más en el ámbito empresarial para su desarrollo laboral, así como que las empresas se den cuenta que los alumnos tienen la capacidad y el talento para poder ayudarlas en su desarrollo, de esta forma darles una oportunidad de entrar en sus vacantes y que sean parte de ellas.

La investigación anterior nos, permite corroborar que la creación de un Enlace Laboral por medio de la vinculación, entre los alumnos, egresados de la FCA y las Pymes, enmarcaría un nuevo panorama de desarrollo para la facultad, mismo que beneficiaría el ámbito profesional y competitivo de la facultad y de las empresas con que se estuviera vinculada.

### **3. Necesidades o problemáticas de la organización.**

Del análisis del marco teórico podemos crear el planteamiento de la problemática existente en la Facultad de Contaduría y Administración en lo que a vinculación y enlace empresarial se refiere.

#### **3.1. Contexto**

La necesidad de una bolsa de trabajo en universidades públicas como privadas radica primordialmente en facilitar oportunidades laborales tanto a egresados como estudiantes de las mismas, procurando un desarrollo en organizaciones que participen en la economía nacional.

Conociendo que en México las Pymes representan el 99% de los negocios existentes en el país y 36% del producto interno bruto<sup>6</sup>. Además generan el 80% de los empleos; al mismo tiempo identificando su necesidad de desarrollo humano en colaboradores de estas, se enfoca el presente proyecto a este sector.

#### **3.2. Condiciones del Facultad de Contaduría y Administración.**

La FCA de la UNAM, cuenta con un departamento de bolsa de trabajo que tiene el compromiso de ser un centro de información y consulta que vincule alumnos y egresados dando una alternativa que brinde sustentabilidad y cubra el perfil solicitado por las empresas.

#### **3.3. Análisis FODA (Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas).**

Para tener un adecuado panorama de la organización es necesario analizar las condiciones positivas actuales y futuras (fortalezas y oportunidades), así como las

---

<sup>6</sup> Véase, la pagina web de la Secretaría de Economía, disponible en: <http://www.economia.gob.mx/mexico-emprende/empresas> recuperado el 13/02/2012.

condiciones negativas (debilidades y amenazas), esto nos brinda una mejor perspectiva en toma de decisiones futuras. Ver Tabla 20.

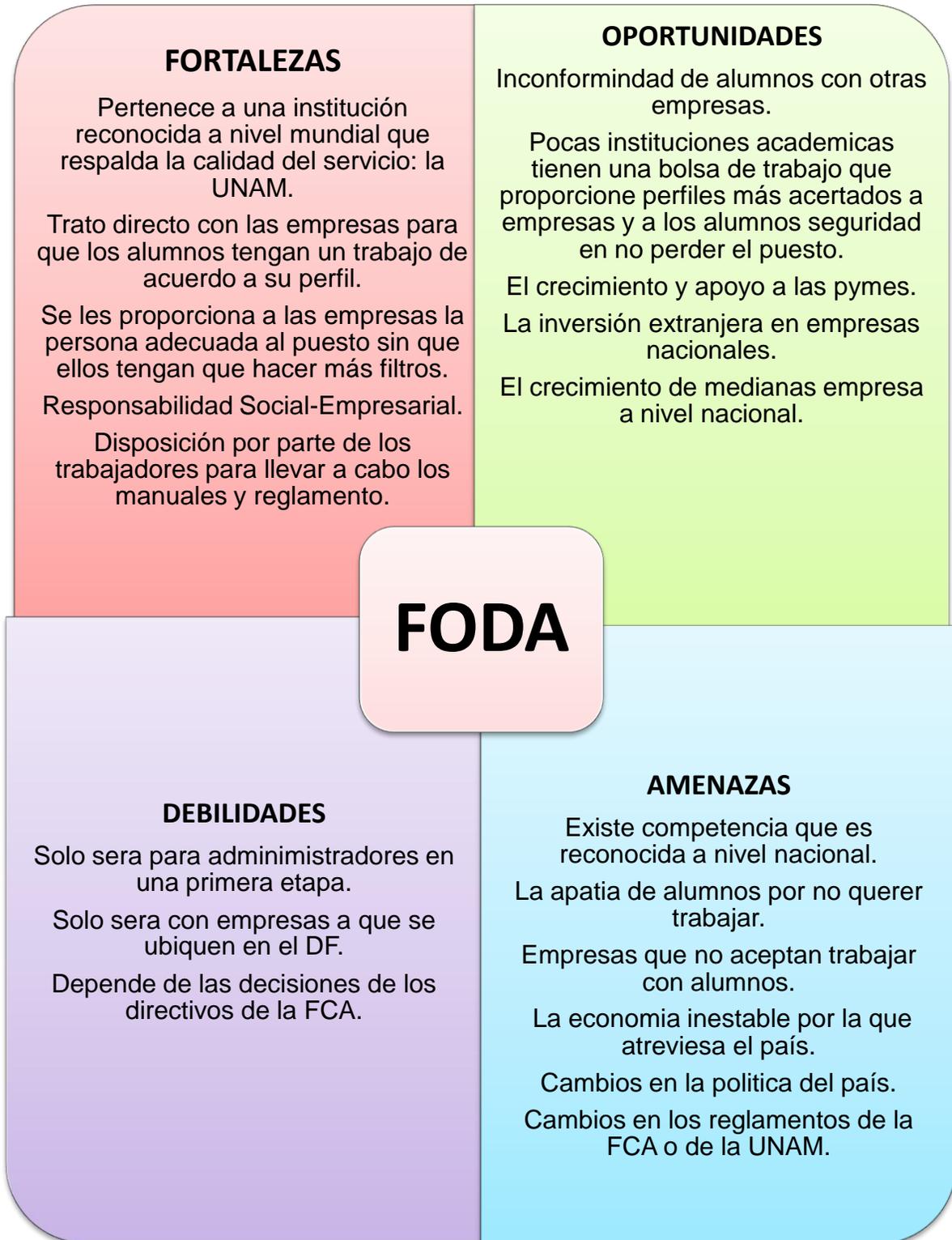


Tabla 4

### 3.4. Problemáticas de la organización.

Hasta el momento la vinculación directa de alumnos y empresas no se ha conllevado de forma integral como un proceso de mejora y seguimiento constante dentro de la organización. Mientras instituciones privadas están respaldando a sus alumnos y egresados, colocándolos y monitoreando su desarrollo, la FCA no ha desarrollado una adecuada perspectiva del potencial que la vinculación estrecha entre las Pymes y la organización pudiera brindar al desarrollo y aportación no solo de egresados y alumnos sino del contexto nacional.

La aseveración anterior está basada en un sondeo realizado en la Facultad de Contaduría y Administración durante el periodo académico 2012-2, en él se pregunto a un porcentaje igual a nuestra muestra de investigación (pág. 58), acerca de cuestiones relativas a la vinculación y enlace empresarial en la FCA,

El sondeo cumple el objetivo de identificar el grado de conocimiento que tiene el alumnado de los programas de vinculación que existen dentro de la Facultad, así como el grado de interés y aceptación que tiene hacia una posibilidad laboral basados en un enlace empresarial Universidad-Pymes.

Las preguntas de investigación y resultados se presentan en la tabla 5.

Pregunta de investigación	% de Si	% de No
1. Conoces algún programa de vinculación de la FCA.	60	40
2. Has asistido o participado a algún evento de la FCA donde participen Pymes.	52	48
3. Has conseguido algún trabajo mediante la vinculación de la Universidad con Pymes.	12	88
4. Participarías en un proyecto de vinculación laboral entre la FCA y las Pymes.	92	8

Tabla 5

El análisis de datos nos permite identificar que existen en la mayor parte del alumnado el interés de participar en una vinculación con Pymes y en un Enlace Empresarial con fines laborales, por otro lado a pesar del conocimiento amplio que presentan los alumnos de programas de vinculación, la participación en ellos es relativamente baja y los beneficios laborales obtenidos específicamente en cuanto a Pymes es mínimo, por lo que se justifica la necesidad de implementar planes de acción que permitan un mejor esquema de comunicación e interacción que beneficie en forma mutua a alumnos, Pymes y la Universidad.

## 4. Propuesta de solución.

Como alternativa de solución a la problemática previamente planteada en cuanto a enlace empresarial que existe entre la FCA y el sector productivo nacional surge el proyecto “Enlace Empresarial”, que consiste en una modificación a la estructura de bolsa de trabajo ya existente en la facultad. Dicho proyecto pretende ampliar el campo de acción de la FCA en cuanto a la integración de personal en las Pymes en el área metropolitana de la ciudad de México.

### 4.1. Diseño y definición del proyecto.

Una adecuada planeación del proyecto que determines sus parámetros de acción, permite tener en forma clara las rutas de acción a seguir en una implementación, mismos que se presentan a continuación.

#### Idea.

Generar un departamento de Enlace Empresarial, que sirva como vinculo entre la FCA y las Pymes del área metropolitana de la Ciudad de México. Se pretende que dicho departamento permita integrar a los estudiantes de la institución al medio laboral, afín de relacionar el proceso académico a la formación profesional y brindarles experiencia y herramientas competitivas durante los semestres de su formación, aprovechando así las oportunidades de desarrollo y crecimiento que ofrecen las Pymes (Pequeñas y medianas empresas) en México; pues, es un sector poco atendido por organizaciones de colocación de personal y requieren de talento humano.

#### Alcance.

- a) Interno: Alumnos inscritos en la Facultad de Contaduría y Administración, que cursen la carrera de Administración y se encuentren por arriba del 6° Semestre, abarcando hasta posgrado y egresados con menos de un año fuera de la FCA (esto es en un primer escenario con posibilidades de extenderse a las tres carreras de la FCA dependiendo el resultado del proyecto).

- b) Externo: Pymes en el Distrito federal que se encuentren, con necesidades de capital humano en áreas administrativas y ofrezcan a sus trabajadores condiciones apropiadas para el desarrollo del talento.

### Nombre del proyecto.

“ENLACE EMPRESARIAL”

### Logotipo.



### Slogan.

“COLOCÁNDOTE EN TU ÉXITO FUTURO”

### Clasificación del proyecto.

- I. Por sectores: Servicios, Privado, no marginal y de financiamiento interno.
- II. Por Objetivo: Creación de negocios.
- III. General: Dependiente.
- IV. Por área de influencia: Local

### Tiempos.

- I. Inicio: Bajo aprobación de la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM.
- II. Termino: A consideración de resultados.

## Matriz de congruencia: Objetivos general y específicos.

Para realizar este proyecto es necesario determinar el objetivo general, objetivos específicos y elección de posibles cursos de acción para lograrlos.

Los objetivos representan resultados a los que se espera llegar; su establecimiento se efectuó a través la matriz de congruencia con la que se realizan preguntas estratégicas cuya respuesta permite delimitar los objetivos así como las posibles alternativas de solución (Tabla 6).

<b>Pregunta Principal</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Posibles alternativas de solución</b>
¿Cuál es la necesidad de implementar un departamento de Enlace Empresarial con Pymes en la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM?	Explicar y justificar la necesidad y ventajas que ofrece el implementar un departamento de Enlace Empresarial entre alumnos de la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM y las medianas empresas que se encuentran en el Distrito Federal, considerando un beneficio mutuo.	La Facultad de Contaduría Y administración de la UNAM cuenta con los recursos, técnicos, materiales y humanos para satisfacer la necesidad de las empresas que en su entorno se desarrolla y proveerlas de capital humanos capaz y brindar con ello a la vez, una herramienta de desarrollo a sus alumnos.
<b>Preguntas secundarias.</b>	<b>Objetivos específicos.</b>	<b>Posibles alternativas de solución.</b>
¿Cuáles con las condiciones actuales del alumnado en cuestión laboral dentro de la FCA de la UNAM?	Conocer las perspectivas cualitativas y cuantitativas en rubros laborales con que se cuenta en la FAC. UNAM respecto a su población estudiantil y perspectivas laborales	Un estudio cuantitativo arrojará los datos que permita identificar la situación laboral entre los alumnos foco de la FCA- UNAM.
¿Cuáles son las necesidades de capital humano que enfrentan las organizaciones en que se desarrollan en el contexto del campus Ciudad Universitaria de	Identificar los requerimientos que el mercado laboral está buscando en los profesionistas que reciben formación administrativa y que	La investigación y elaboración de un estudio cualitativo nos dará pauta para determinar los requerimientos actuales de personal que

la UNAM?	brindan competencias adecuadas para su contratación.	presenta la mediana empresa en el Distrito federal.
¿Cuáles son los requerimientos para iniciar dentro de la FCA de la UNAM una agencia de vinculación laboral?	Describir la infraestructura con la que cuenta la FCA. UNAM para la creación de una agencia de vinculación universitaria y determinar cuales sería las necesidades que existen para ejecutar los procesos de dicha agencia.	Las condiciones de espacio físico y capital requerido para el adecuado funcionamiento de una agencia de vinculación laboral de la FCA-UNAM son cubiertas fácilmente con las instalaciones actuales de la institución, requiriendo solo la estructuración del proyecto como un área con responsable y participantes.
¿De qué manera la FCA de la UNAM podría hacer operable un Departamento de Enlace Empresarial?	Dar a conocer los procesos internos que serían necesarios para la operatividad de un departamento de Enlace Empresarial en la FCA de la UNAM.	La creación de un departamento de Enlace Empresarial dentro de la FCA y los requerimientos que ello conlleva, permitiría, con el personal adecuado formar el capital humano que permitiera la operación y vinculación laboral.

Tabla 6

### Estrategias de implementación.

Las estrategias de implementación son las que proponen alternativas generales y de largo plazo para marcar la dirección y el cumplimiento de los objetivos. Las estrategias son consideradas una parte fundamental para garantizar el éxito del proyecto, por lo cual se decidió la ejecución de lo siguiente:

1. Concretar y promover las relaciones y servicios respectivamente, ante 100 organizaciones (en una etapa inicial) y grupos empresariales, buscando la aceptación masiva mediante acuerdos con dichas instituciones con base en nuestras relaciones publicas y nuestra oferta altamente competitiva.

2. Darnos a conocer como una organización responsable con los alumnos de la UNAM por medio de una publicidad “de boca en boca”, auxiliándonos también de redes sociales (Hi5, Facebook y twiter) y la página web de la FCA.
3. Desarrollar la comunicación en nuestra Oficina de Atención, en donde se encontrara personal capacitado en dar información para asegurar una mejor atención a nuestros candidatos y clientes.
4. Establecer una adecuada relación entre las necesidades de nuestros clientes y las capacidades de los aspirantes que contactamos.
5. Implementar un sistema de retroalimentación de por parte de las empresas, que nos permita indicar detectar los requerimientos académicos que los aspirantes deben cubrir.

### Estructura organizacional.

En el diseño se integra el departamento de enlace empresarial a la Secretaria de Relaciones y Extensión Universitaria en el organigrama de la FCA y trabajando en forma paralela con el departamento de Bolsa de Trabajo, aprovechando con la alianza la vinculación ya existente entre la institución y algunas empresas.

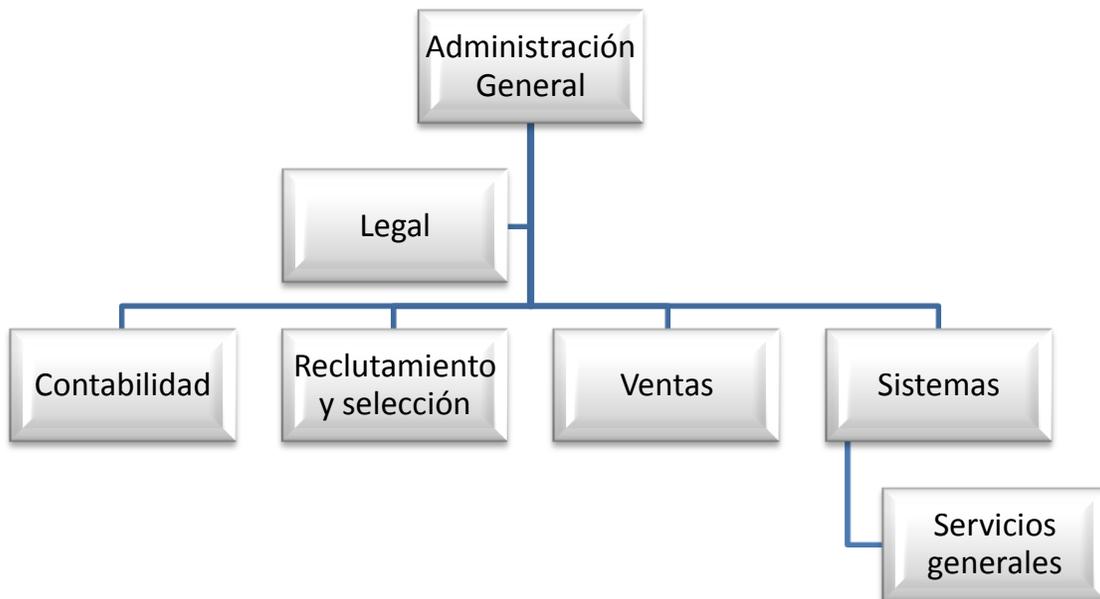


Ilustración 1

## **Cultura organizacional.**

Como toda organización, para la adecuada implementación se debe contar con parámetros y lineamientos que rijan el curso de acción.

### ***Misión.***

Brindar a los estudiantes de la carrera de administración de sexto semestre hasta pasantes de la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM, un vínculo con fines laborales y afines a su área de interés, dentro de empresas que les proporcionen estabilidad y posibilidades de desarrollo, asimismo participar en la solución de la problemática nacional de las Pymes.

### ***Visión.***

Consolidarnos como punto de referencia en la Vinculación de Universidades con el Sector productivo nacional, enfocados a las Pymes y ofrecer con dicho enlace oportunidades de mejora y crecimiento tanto a las organizaciones, alumnos y a la misma universidad, en forma sostenible y con ética profesional.

### ***Valores.***

- a. Honestidad: Ser objetivos en la difusión de las aptitudes de los candidatos con la organización solicitante de nuestros servicios.
- b. Compromiso: Ofrecerle a los estudiantes ofertas de empleo dignas y adecuadamente remuneradas.
- c. Equidad: Ser imparciales en nuestros procesos con clientes internos y externos.
- d. Respeto: Mantener una apertura a nuevas ideas que respondan a necesidades de nuestros colaboradores, con una valoración objetiva hacia los recursos con que contamos.

## 4.2. Recursos requeridos<sup>7</sup>.

Para poder llevar a cabo Enlace Empresarial es indispensable contar con los siguientes elementos:

### Conocimientos.

- ✚ Mercado laboral disponible en la zona geográfica elegida.
- ✚ Plantilla estudiantil de los últimos semestres de la carrera de administración.
- ✚ Perfiles de puestos requeridos en medianas empresas a los interesados en ocupar una vacante en cada organización, segmentando por área de conocimiento.

### Instalaciones.

- ✚ Una oficina con servicios básicos (instalación eléctrica, internet, teléfonos, etc.).

### Equipo.

- ✚ Tres equipos de cómputo portátiles.
- ✚ Fotocopiadora.
- ✚ Multifuncional.
- ✚ 2 teléfonos.
- ✚ Tres escritorios.
- ✚ Seis sillas.
- ✚ Un archivero.
- ✚ Proyector.

### Suministros.

- ✚ Materiales: Papelería,
- ✚ Insumos: Consumibles.

---

<sup>7</sup> Para detallar el costo de estos elementos consultar el análisis correspondiente en el estudio financiero en las tablas 23 y 24 de la pág. 77.

### 4.3. Estudio de mercado.

Buscando proporcionar el análisis más completo posible, se ha investigado en rubros sociales, internos de la FCA, comportamiento de las Pymes, indicadores políticos y económicos.

La presente investigación es un estudio exploratorio porque no se encontraron estudios nacionales previos sobre la vinculación universidad-empresa-gobierno en los que se pudiera respaldar la información. Es un estudio no experimental porque no se pretende controlar variables que resulten del, es descriptivo porque realiza una descripción y análisis de las variables que pueden surgir de la recopilación de datos.

Al mismo tiempo es un estudio explicativo porque se evalúa la vinculación universidad-empresa-gobierno, igualmente realiza una medición del nivel de efectividad de la vinculación, analizando factores y variables que la explican. En el desarrollo de la investigación se utilizó información cualitativa procedente de la observación y entrevistas, así como información cuantitativa obtenida en la encuesta y de la investigación preliminar.

A través de la investigación de mercado se pretende la recopilación de información primaria y secundaria para el análisis de un panorama más amplio, con el principal objetivo de evaluar la efectividad de la vinculación entre universidad- empresa en la Facultad de contaduría y administración. Partiremos haciendo un análisis de las condiciones en las que se encuentran el mercado nacional económico, laboral y demográfico.

#### **Análisis del entorno.**

##### *Social: Indicadores.*

Los indicadores sociales nos permitirán ubicar y clasificar las unidades de análisis cabe mencionar que nuestra fuente principal es la información proporcionada por Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

 Características educativas de la población

Distribución porcentual de la población en edad escolar de 20 a 24 años por entidad federativa según sexo, 2000, 2005 y 2010.

Entidad Federativa	2000			2005			2010		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
<b>Distrito Federal</b>	832 517	48.2	51.8	765641	47.8	51.3	753404	49.4	50.6

Tabla 7

Porcentaje de la población de 20 a 24 años que asiste a la escuela por entidad federativa según sexo, 2000, 2005 y 2010.

Entidad Federativa	2000			2005			2010		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
<b>Distrito Federal</b>	31.6	34.2	29.2	33.3	35.2	31.5	35.3	36.3	34.2

Tabla 8

Promedio de escolaridad de la población de 15 y más años por entidad federativa según sexo, 2000, 2005 y 2010.

Entidad Federativa	2000			2005			2010		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
<b>Distrito Federal</b>	9.4	9.9	9.1	10.2	10.5	9.8	10.5	10.8	10.3

Tabla 9

Porcentaje de la población de 24 y más años con algún grado aprobado en estudios superiores por entidad federativa según sexo, 2000, 2005 y 2010.

Entidad Federativa	2000			2005			2010		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
<b>Distrito Federal</b>	22.1	27.2	17.6	25.2	29.1	21.8	30.2	32.6	28.2

Tabla 10

Tasa de desocupación trimestral para la Ciudad de México.

Periodo 2010	Total	Hombres	Mujeres
<b>I</b>	7.12	7.46	6.63
<b>II</b>	7.44	7.63	7.16
<b>III</b>	7.22	6.86	7.75
<b>IV</b>	7.04	7.57	6.26

Tabla 11

Nota: Las cifras se refieren a la población de 14 años y más.

Remuneraciones en el Distrito Federal (Salario mínimo en pesos diarios), según el Sistema de Administración Tributaria (SAT).

Periodo	Área geográfica A	
	Pesos diarios	Variación porcentual con respecto al periodo anterior
<b>2002</b>	42.15	4.5
<b>2003</b>	43.65	3.6
<b>2004</b>	45.24	3.6
<b>2005</b>	46.80	3.4
<b>2006</b>	48.67	4.0
<b>2007</b>	50.57	3.9
<b>2008</b>	52.69	4.0
<b>2009</b>	54.80	4.2
<b>2010</b>	57.46	4.9
<b>2011</b>	59.80	4.1
<b>2012</b>	62.30	4.2

Tabla 12

*En la facultad de Contaduría y Administración de la UNAM.*

La totalidad de alumnos que estudian Administración en la Facultad de Contaduría y Administración, con números actualizados hasta el 2007 es de 5434, de los cuales 3273 son mujeres y 2161 son hombres.

Ya que no se cuenta con la cifra exacta de alumnos en Administración, por deserción o bajas temporales de alumnos inscritos, se procedió a sacar el promedio utilizando las cifras de alumnos de 1977, 1987, 1997 y 2007 ya que las cifras no varían en gran cantidad.

Por lo anterior se obtiene 4332 como alumnos en la carrera de administración. Teniendo como objetivo los alumnos que estudian a partir de su 6 ° semestre, tenemos una cantidad 1,925 alumnos en posibilidad de participar en el Enlace Empresarial, sumando a ellos un porcentaje de los egresados y alumnos de posgrado.

### *En las Pymes.*

Gracias a los censos económicos, podemos saber que en el Distrito Federal se tiene un total de 30924 unidades económicas del sector privado y paraestatal del sector secundario y se encuentran laborando a 404,772 personas, esto nos ofrece el amplio panorama de acción del Enlace Empresarial; pues, aunque algunas de estas empresas cuentan con sistemas propios de reclutamiento y selección, sabiendo según datos de la Secretaría de Economía (SE) que más del 90% de las entidades económicas del país son Pymes, nuestro marco de acción abarca un aproximado de 27832 entidades económica.

### *Indicadores políticos.*

Los indicadores políticos que se muestran a continuación, se refieren al reglamento interno de la Facultad de Contaduría y Administración con respecto a la vinculación que se tiene con empresas privadas, publicas con los estudiantes de la FCA.

Apartado Tercero  
De la Secretaría de Vinculación

Artículo 75.- El Secretario de Vinculación es el responsable de las relaciones de la Facultad con las autoridades, dependencias y órganos de gobierno de la Universidad. Igualmente establecer un constante enlace con los sectores público, social y privado. Todo ello con el único fin de mantener abiertos los canales de ayuda mutua y de recíproca retroalimentación de proyectos e ideas.

Artículo 77.- Sus atribuciones son:

- a) Ser el promotor de la imagen de la Facultad, principalmente en los sectores público y privado y social tanto a nivel local como nacional, y en los organismos e instituciones del área a nivel internacional.
- b) Supervisar que se cumplan los programas de las coordinaciones a su cargo.
- c) Ser el principal apoyo de la dirección de la Facultad, en todo lo relacionado con el protocolo a seguir en los momentos indicados.
- d) Y las demás que se deriven de su cargo.

## Indicadores Económicos

Con base en los censos económicos del 2008 se tiene como dato, que la unidades económicas en el Distrito Federal de los sectores primario, secundario y terciario son: 382,956 y tienen un ingreso total de \$3, 883, 327, 512 anual.

Para el 2009 se tiene una totalidad en el Distrito Federal de 414,335 unidades económicas, tanto; micros, pequeñas, medianas y grandes. En las que puede haber cabida para los egresados de la Facultad de Contaduría y Administración.

### Crecimiento empresarial

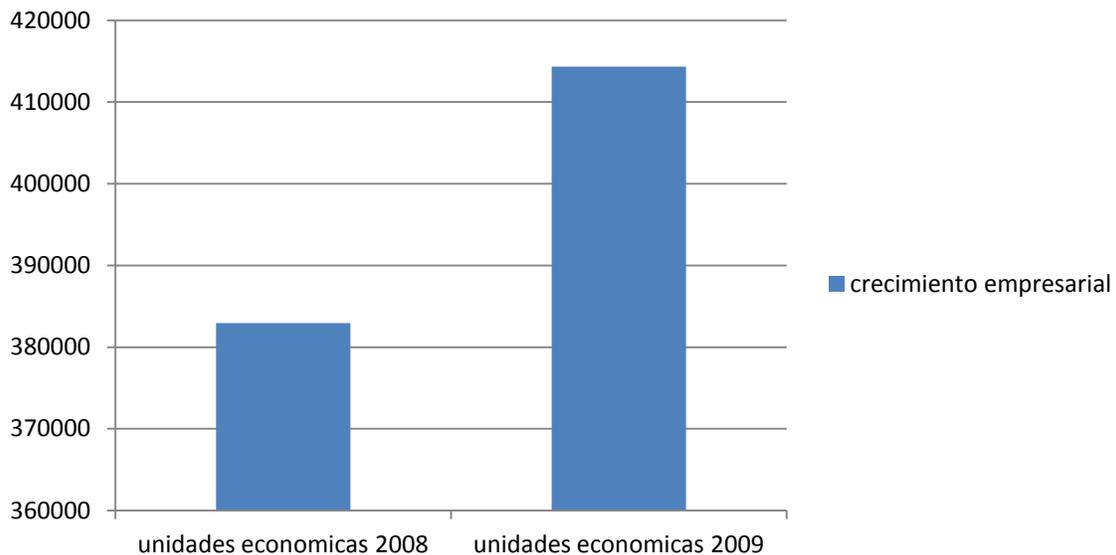


Tabla 13

Las Pymes constituyen el 97% de las empresas en México, generadoras de empleo del 79% de la población, generando a su vez ingresos equivalentes al 23% del Producto Interno Bruto ( PIB) y por lo tanto representan la base de la economía para el desarrollo de empleos y negocios (SE México, 2005).

### **4.3.1. Investigación de mercados.**

Este apartado corresponde a los métodos de recolección de información empleados, las herramientas de medición, en análisis e inferencia de resultados, así como el detallado informa de resultados.

#### **Análisis de mercado.**

Buscando generar el mejor escenario de acción posible en cuanto a estrategias futuras, es necesario considerar el comportamiento actual de quienes se involucran en nuestras actividades así como de las tendencias que se marcan entre su interacción. Para tal efecto hemos considerando una investigación en dos indicadores de importante presencia en el desarrollo actual de células de negocio: el tecnológico y el ecológico.

#### **Indicadores tecnológicos.**

Según el INEGI El 77 por ciento de los cibernautas mexicanos tienen menos de 35 años, lo que significa que los jóvenes son quienes más uso hacen de la tecnología, y también los primeros que las adoptan. Por esto el medio es como nuestros probables consumidores podrán requerir nuestros servicios es virtual. A continuación algunos puntos registrados de INEGI:

- La tasa media de crecimiento anual (TMCA) de usuarios de Internet es de 18.3 puntos porcentuales.
- Los hogares con Internet aumentan a un ritmo de 17% anual y los hogares con computadora al 13.2%.
- En total los usuarios de internet en la república mexicana es de 34 871 724.

Usuarios de Internet 2001-2009  
(millones)

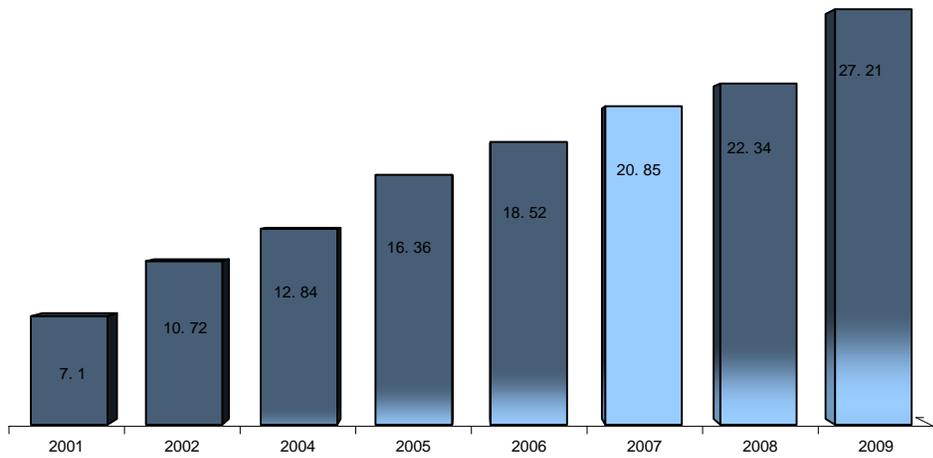


Tabla 14

Fuente: Periódico “El Economista”, 17 de mayo del 2010.

Proporción de Usuarios de Internet por grupo de edad, 2009 (%)

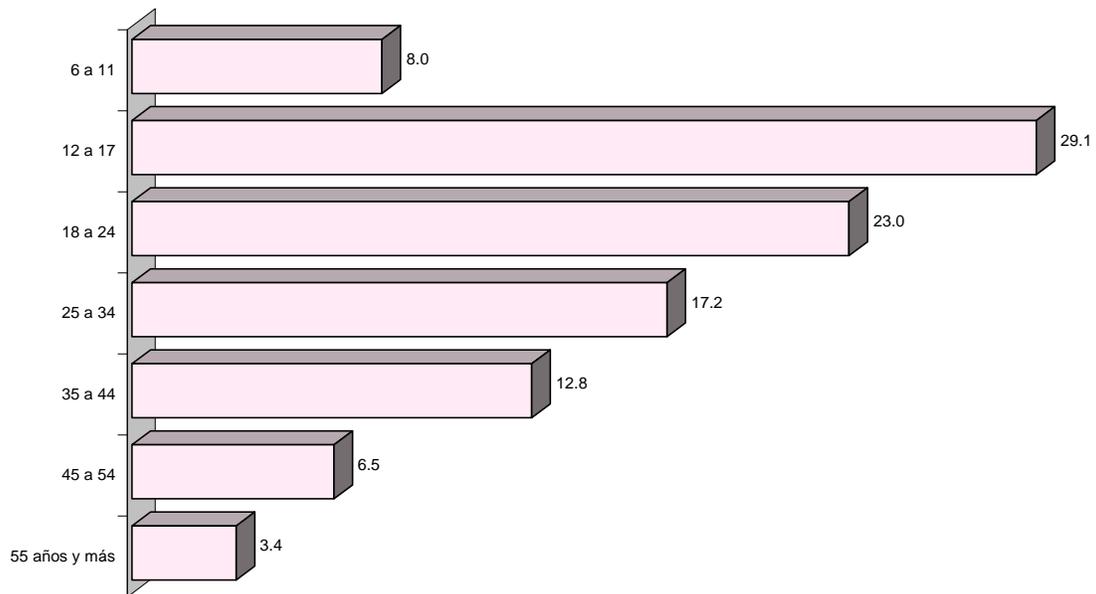
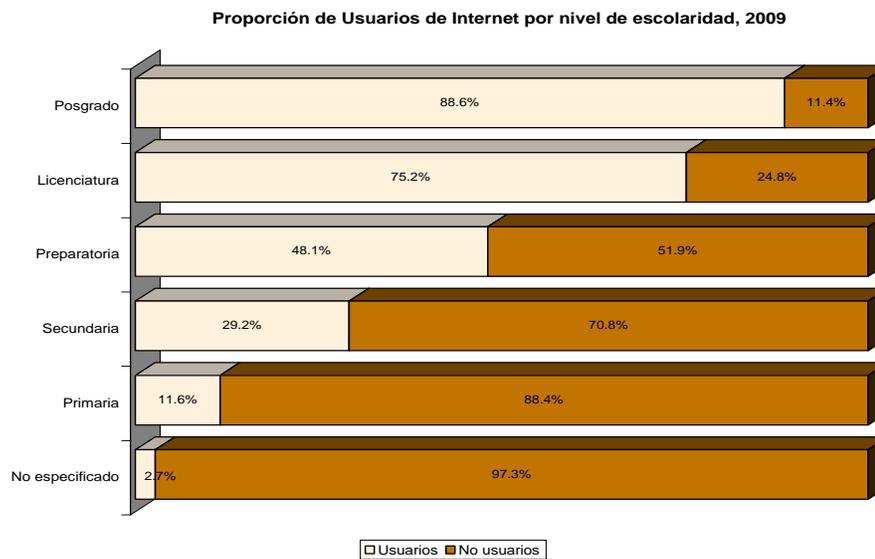


Tabla 15

Fuente: Periódico “El Economista”, 17 de mayo del 2010.

Entre la población con escolaridad de nivel primaria, la proporción de quienes usan Internet es de poco más de uno de cada diez; para los de nivel secundaria, la proporción se duplica, y en quienes cuentan con estudios de posgrado, llega a ocho de cada diez.



**Tabla 16**

Fuente: Periódico “El Economista”, 17 de mayo del 2010.

### **Indicadores ecológicos.**

Responsabilidad Social Empresaria (RSE) es el nombre que define un nuevo vínculo entre las empresas y la sociedad, que consiste en acciones del sector empresario destinadas a paliar los problemas sociales y ambientales de las comunidades de las cuales forman parte.

Las acciones de RSE aumentan la reputación de las empresas y le ofrecen grandes beneficios cuali y cuantitativos.

Durante la última década, la tendencia de incluir programas de RSE en las empresas se fue extendiendo de los países del Primer Mundo a los países subdesarrollados. En Latinoamérica, por ejemplo, donde las crisis económicas ahondaron el problema del hambre y la pobreza, las empresas asumieron el compromiso de emprender proyectos sociales en conjunto con la sociedad civil. Contra las posiciones opuestas a este nuevo fenómeno, veamos cuáles son los beneficios que las empresas tienen por ser socialmente comprometidas. Aquí les presentamos 9 razones para serlo:

**1-Fideliza a sus clientes:** Una empresa considerada socialmente responsable aumenta la imagen positiva que tienen sus consumidores y clientes. Es probable que los clientes de una empresa con buena reputación renueven su compromiso. Según un estudio de Hill and Knowlton and Yankelevich Partners, el público estadounidense prefiere a las empresas que realizan sus acciones filantrópicas y estimulan el voluntariado.

**2-Atrae a inversionistas.** Las acciones responsables también mejoran la imagen de la empresa frente a la comunidad empresaria y los inversionistas: las empresas líderes son frecuentemente destacadas en los medios de comunicación, incluidos en fondos éticos y recomendadas a los fondos de inversión. Es de esperar que un inversionista descarte la posibilidad de colocar su dinero en una empresa que mantiene un historial grave de contaminación ambiental y opte por otra que se preocupe por el cuidado ambiental.

**3-Aumenta los niveles de satisfacción, pertenencia, compromiso y lealtad de los empleados.** Las acciones socialmente comprometidas también promueven la estabilidad y el bienestar del público interno: un estudio reciente realizado por Cherenson Group señala que casi el 80 % de los empleados prefieren trabajar para una compañía que tiene una excelente reputación y paga un salario suficiente para cubrir sus necesidades que para una compañía que pague un mejor salario pero que tiene una mala reputación en general.

**4-Mejora la relación con el entorno e incrementa la influencia de la empresa en la sociedad.** Organizaciones de la sociedad civil como Greenpeace tienden a denunciar a compañías que esconden información sobre sus productos y procesos. Publicar información honesta y precisa y emprender acciones socialmente comprometidas mejora la imagen de la empresa frente a la sociedad civil y genera nexos que pueden desencadenar en proyectos sociales conjuntas. En Latinoamérica es muy frecuente que las empresas financien propuestas y participen de la ejecución de programas sociales en conjunto con ONGs especializadas.

**5- Reduce los costos operativos.** Las acciones de RSE focalizadas especialmente en reducir la contaminación del medio ambiente logra reducir los gastos y la improductividad. El reciclaje es una alternativa de amplia utilización por parte de las empresas de servicios, ya sea para extender la vida útil de equipos como para ahorrar costos de reemplazo. Por otro lado, las empresas que se propusieron reducir sus emisiones de gases contribuyeron a optimizar la capacidad energética y reducir los gastos innecesarios.

**6- Posiciona y diferencia la marca frente a la competencia.** Una empresa que destine recursos en realizar emprendimientos sociales, o bien que realice acciones destinadas a paliar la contaminación ambiental le otorgará a sus productos un valor agregado por sobre los productos de la competencia.

**7- Permite acceder e influir positivamente en líderes de opinión.** Una empresa que destine parte de su presupuesto en acciones sociales o ambientales y no esconda información será destacada en los medios de comunicación y permitirá influir positivamente en los líderes de opinión.

**8- Mejora la performance financiera de la empresa.** Según un estudio de *Business and Society Review* de 1999 las corporaciones que honran los códigos de ética tienen una performance de dos a tres veces superior de aquellas que no. Otro estudio demostró que las compañías con prácticas sociales filantrópicas obtienen tasas de retorno a sus inversiones muy superiores a sus expectativas.

**9- Acceso al capital.** Los informes del Foro de Inversión Social revelan que los recursos financieros orientados a la ética, la mejora de medio ambiente y los programas de responsabilidad social en Estados Unidos se incrementan notablemente año tras año. Este crecimiento permite advertir que estas iniciativas tienen un acceso al capital, que de otro modo no hubiese sido sencillo obtener.

Para incluir en las metas y políticas de una organización acciones de RSE no es necesario ser una empresa grande o multinacional. Hemos visto cómo ser una empresa socialmente comprometida puede otorgar beneficios frente a la competencia y los inversionistas. Las Pymes también están comenzando a evidenciar las ventajas de estas iniciativas. Es los números siguientes les presentaremos casos y les seguiremos ampliando los alcances de este fenómeno contemporáneo.

### **Investigación de campo.**

Afín de estandarizar las estrategias y la información poseída sobre los actores del proceso de Enlace Empresarial, es necesario identificar las condiciones en que ambos se encuentran respecto a sus vínculos mutuos y las posturas que tienen en el mercado. Para ello se desarrollo un estudio de mercado en una muestra representativa de alumnos y organizaciones que permita identificar las posibilidades de vinculación, así como los requerimientos o perspectivas que tienen.

## **Metodología de la investigación.**

El método que se utilizó fue la encuesta descriptiva a una muestra representativa de 89 alumnos y 89 empresas (ver apartado “Determinación de la Muestra en pág. 57 y 57”). La encuesta fue hecha a través de un cuestionario con preguntas cerradas y abiertas, la cual fue aplicada a estudiantes de la FCA y a encargados y directores de empresas pymes en el DF. Este cuestionario fue diseñado en el marco del proyecto mencionado en la introducción.

El estudio tiene por objetivo identificar las principales necesidades de los dos factores esenciales de esta vinculación. Por un lado, se encuentran los alumnos de la Facultad de Contaduría y Administración donde se pretende identificar que es lo que buscan dentro del mercado laboral para poder obtener un crecimiento profesional al mismo tiempo que se desempeñan como estudiantes. Por otro lado, reconocer las principales necesidades de las empresas Pymes y la perspectiva que tienen en cuanto a los estudiantes

## ***Determinación de la muestra.***

Para poder determinar los datos empleados en el cálculo de la muestra, así como en las proyecciones económicas y financieras, es necesario contar con un marco de investigación estadístico de las entidades económicas consideradas en la categoría de Pymes, el alumnado de la FCA; así como los porcentajes de ocupación laboral en el Distrito Federal, mismos que se presentan a continuación:

### **Estratos de personal ocupado**

Los datos censales de INEGI permiten conocer información por estratos; es decir, medir y agrupar las unidades económicas según el número de personas que ocupen. Aquellas que ocuparon de 0 a 10 personas representaron el mayor porcentaje de unidades económicas (92.9%), dando empleo al 26.5% del total de personal. En tanto, los establecimientos y empresas de 251 y más personas aportaron sólo 0.3% de las unidades económicas, siendo el estrato que mayor porcentaje de personal ocupado reportó (44.0 por ciento). Las unidades económicas que ocupaban de 51 a 250 personas y de más de 250 personas ocupadas emplearon 60.2% del personal ocupado total. En lo que se refiere a las tres actividades más importantes, el Comercio en los establecimientos de 0 a 10 personas ocupó el mayor número de puestos de trabajo (54.5%); mientras que en las unidades económicas de 251 y más personas, los Servicios ocuparon 53.1%; y las Manufacturas 36.7% del personal ocupado total.

## Unidades económicas y personal ocupado total según estratos, 2008 DF (Porcentajes)

Estratos	Unidad Económica	Personal ocupado total
0 - 10	92.9	26.5
11 – 50	5.4	13.3
51 – 250	1.3	16.2
251 y más	0.3	44.0

Tabla 19

Datos basados en Censos de INEGI.

En el Distrito Federal las Unidades Económicas totales son 382, 056, de ese 100% el 1.3% es de medianas empresas (según la consideración económica de INEGI), por lo que de manera representativa podemos tomar una la población a la que vamos dirigidos es de 4967 medianas empresas<sup>8</sup>.

### MUESTRA DE PYMES:

Los datos de la muestra fueron tomados por el número de alumnos que estudian administración en la FCA y por el número de pymes que se tiene registro en la Secretaría de Economía en el Distrito Federal.

Z= es el nivel de confianza debajo de la curva de la distribución normal por lo general utilizamos el 95% de confianza que en valor Z es 1.96 algunos libros lo manejan como sigma.

N=Población

p=probabilidad a favor de que suceda nuestro evento por lo general se maneja 50%, si se cuenta con estudios previos se puede modificar.

q=probabilidad en contra de que suceda nuestro evento por lo general se maneja 50%, si se cuenta con estudios previos se puede modificar.

Nota: p y q son complementarias. ej. si p=60% q=40%

e=Es el margen de error que por naturaleza se comete en los estudios, se utiliza 5%.

---

<sup>8</sup> Esta consideración se da como representatividad únicamente, ya que es un porcentaje primario en el que se cuentan con las capacidades y necesidades tanto económicas como humanas para permitir el afianzamiento de una vinculación.

Nota: Z y e no son complementarios, es decir el error se puede manejar 6% o 7% y nuestro nivel de confianza puede seguir siendo 95%

$$n = \frac{Z^2 N pq}{e^2(N-1) + Z^2 pq} = \frac{(0.95)^2 4967 (0.50) (0.50)}{(0.05)^2(4967-1) + (0.95)^2(0.50) (0.50)} = \frac{1120.67938}{12.640625} = 89$$

$$e = \frac{\sqrt{Z p q}}{n} = \sqrt{4967 (0.50) (0.50)} = 3.73$$

Población Estudiantil de alumnos en Licenciados en Administración es de 5, 434 en el año 2007.

#### MUESTRA DE POBLACION ESTUDIANTIL DE LIC. ADMINISTRACIÓN DE LA FCA DE LA UNAM:

El principal objetivo de la encuesta de alumnos fue conocer los diversos programas de vinculación, si su trabajo los orienta a su crecimiento profesional y la opinión que de la vinculación empresarial.

$$n = \frac{Z^2 N pq}{e^2(N-1) + Z^2 pq} = \frac{(0.95)^2 5102 (0.50) (0.50)}{(0.05)^2(5102-1) + (0.95)^2(0.50) (0.50)} = \frac{1151.13875}{12.8657988} = 89$$

$$e = \frac{\sqrt{Z p q}}{n} = \sqrt{5102 (0.50) (0.50)} = 3.73$$

Fuente de datos: <http://www.fca.unam.mx/docs/publicaciones/libros/resena-fca/08.pdf>

## Resultados de la investigación.

A continuación se detallan los resultados de la aplicación de cuestionarios en muestra de alumnos y empresas, se mencionan los principales hallazgos y tabulan los resultados (tablas 18 a 21, págs. 58 a 62).

### I. En alumnos.

A través de la investigación realizada a 89 estudiantes entre el sexto y octavo semestre de la Facultad de Contaduría y Administración, se tiene la siguiente información:

- El 47 % de los estudiantes encuestados trabaja y el 53% no, por lo que de ellos:

<b>SI trabajan</b>	<b>NO trabajan</b>
<b>Áreas de trabajo:</b> Ventas 33% Recursos Humanos 23% Administrativo 17% Finanzas 13% Producción 8% Mercadotecnia 3%	<b>Razones porque no trabajan:</b> Horarios de la escuela 25% Servicio social 17% Espera terminar de estudiar 15% Está en entrevistas 15% No encuentra trabajo 15%
Antigüedad: solo el 28% tienen un trabajo que tiene más de 1 año, los demás tienen un tiempo menor a 12 meses.	De ellos el 60% ha buscado trabajo y el otro 40% no.
De ellos el 71% dice que su trabajo si le ayuda al su crecimiento profesional, el otro 29% dice no beneficiarle en nada.	El tiempo en el que han buscado trabajo el 35% fue hace 1 a 3 meses, el 26 % de 6 a 12 meses, y el 23% de 3 a 6 meses.
En el tiempo que tardaron para encontrar ese trabajo el 46 % solo tardó de 1 a 3 meses, menos de 1 mes y entre 3 y 6 meses 19%, más de 6 meses 16%.	Ellos donde más han buscado empleo es en internet el 59%, el 14% en la bolsa de trabajo de facultad, el 13% en periódico, y el 11% en OCC.
En los lugares donde vieron esa propuesta de trabajo los principales fueron: Periódico 20% Recomendación de un amigo 20% Hay hice mi servicio 15% Página de la empresa 11%	
Los otros lugares donde buscaron	

trabajo: Bolsa de trabajo de la facultad 33% Periódicos, anuncios 23% Internet 21% OCC 11%	
--	--

Tabla 18

Los principales beneficios que buscan en una bolsa de trabajo es:

- ✚ Veracidad y honestidad
- ✚ Oportunidades a los recién egresados, prestaciones y un salario justo
- ✚ Que den perfil y sueldo base
- ✚ Que sean trabajos relacionados con la carrera
- ✚ Facilidad de contacto

Las características principales que tiene nuestro mercado son:

<b>HABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Responsabilidad</li> <li>❖ Paciencia</li> <li>❖ Simpatía</li> <li>❖ Puntualidad</li> <li>❖ Organización</li> <li>❖ Facilidad de palabra</li> <li>❖ Facilidad de relaciones personales</li> <li>❖ Trabajo bajo presión</li> <li>❖ Inglés</li> <li>❖ Computación</li> <li>❖ Creativo</li> <li>❖ Liderazgo</li> <li>❖ Capacidad de negociación</li> <li>❖ Manejo de personal</li> </ul>									
<b>PORCENTAJE DE INGLÉS</b>	<table> <tr> <td>10% al 40% de inglés</td> <td>46%</td> </tr> <tr> <td>50% al 70% de inglés</td> <td>44%</td> </tr> <tr> <td>80% al 100% de inglés</td> <td>10%</td> </tr> </table>	10% al 40% de inglés	46%	50% al 70% de inglés	44%	80% al 100% de inglés	10%			
10% al 40% de inglés	46%									
50% al 70% de inglés	44%									
80% al 100% de inglés	10%									
<b>MANEJO DE OTRO IDIOMA</b>	El 89% no maneja otro idioma, y del 11% que si maneja otro idioma se tiene: <table> <tr> <td>Francés</td> <td>80%</td> <td>manejo entre el 40% y 50%</td> </tr> <tr> <td>Portugués</td> <td>10%</td> <td>manejo del 40%</td> </tr> <tr> <td>Italiano</td> <td>10%</td> <td>manejo del 50%</td> </tr> </table>	Francés	80%	manejo entre el 40% y 50%	Portugués	10%	manejo del 40%	Italiano	10%	manejo del 50%
Francés	80%	manejo entre el 40% y 50%								
Portugués	10%	manejo del 40%								
Italiano	10%	manejo del 50%								

Tabla 19

Del 100% de los encuestados, el 98% dijo que si acudiría a una bolsa de trabajo donde te vinculen directamente con las empresas y sean trabajos directos con la carrera de administración, sus razones fueron:

- ✚ Las vacantes serían más a fin a sus intereses por ser solo para administradores.
- ✚ Desarrollo profesional
- ✚ Por ser seria y real
- ✚ Por experiencia laboral
- ✚ Por ser un empleo relacionado con la carrera
- ✚ Porque las empresas te aceptarían como estudiante

Las razones por las que el otro 2% de encuestados dijo que no son:

- ✚ Porque trabajan en una empresa familiar

Los estudiantes buscan un empleo que le ayude a crecer dentro de su profesión pero que al mismo tiempo le permita estudiar sin tener que tener problemas con los horarios y el tiempo que le consume la escuela en tareas y prácticas. Así como encontrar una bolsa de trabajo donde los ubiquen en una empresa donde el perfil que pide sea el que ellos tienen.

## II. En empresas.

El principal objetivo fue conocer la opinión de los directivos entrevistados, la efectividad en empresas de programas de vinculación con las universidades y la opinión que tienen de esta.

Las empresas donde se levanto la información en su mayoría fueron del sector servicio (57%), y empresas de tamaño medianas (55%). Se tiene la siguiente información:

<b>SI CONTRATA ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE ADMON.</b>	<b>NO CONTRATAN ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE ADMON.</b>
Convenio con institución o empresa que lo contacte con alumnos.	No les interesa contratar estudiantes debido a que dicen que no tienen experiencia laboral y ellos necesitan trabajadores de tiempo completo, o solo porque no les interesa.
Si 8%	
No 92%	
Tiempo que tarda en contratar becarios: Cada 6 meses 33% Depende la rotación	

25% Cuando lo requiere el trabajo 25%	
Áreas donde son destinados: Ventas y cobranza 24% Administración 18% Recursos Humanos 18% Marketing 15% Recepcionistas 9%	
Principales labores que desempeñan: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacer o recibir llamadas</li> <li>• Convencer al cliente</li> <li>• Hacer citas</li> <li>• Facturar</li> <li>• Reclutar</li> <li>• Publicar anuncios</li> <li>• Control de empleados</li> <li>• Apoyo en general</li> </ul>	
Horas que trabaja: 4 hrs 5% 5-6 hrs 76% 7-8 hrs 19%	
El pago que reciben radica entre: \$4000-\$5000 50% \$1000-\$3000 42% \$5000-\$6000 8%	
Al 75% SI le gusta contratar estudiantes porque: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proporcionan experiencia y desarrollo laboral</li> <li>• Son más entusiastas</li> <li>• Hacen bien su trabajo esperando la contratación</li> <li>• Tienen conocimientos más actualizados</li> <li>• Hacen un ambiente más agradable</li> </ul>	
El 25% que dijo que NO fue porque piensan: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de experiencia</li> <li>• Necesitan gente de tiempo completo</li> <li>• No les interesa contratar estudiantes</li> </ul>	

Tabla 20

Área	Perfil
Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Conocimientos básicos en RH</li> <li>❖ Persuasivo</li> <li>❖ Conocimientos en pruebas psicómetras</li> <li>❖ Inglés u otro idioma</li> <li>❖ Gusto por ayudar a otras personas</li> <li>❖ Cursando carrera en Admón. de Empresas o Psicología.</li> </ul>
Mercadotecnia	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Carrera en Mercadotecnia o afín</li> <li>❖ Inglés de 70%</li> <li>❖ Manejo avanzado de office</li> <li>❖ Creativo y proactivo</li> <li>❖ Buenas relaciones y facilidad de palabra</li> <li>❖ Conozca el mercado</li> </ul>
Producción	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Últimos semestres en Admón. de empresas, ingeniería o afín</li> <li>❖ Inglés del 60%</li> <li>❖ Proactivo</li> <li>❖ Manejo de personal</li> <li>❖ Innovador</li> <li>❖ Manejo avanzado de office</li> </ul>
Finanzas	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Conocimientos básicos de finanzas</li> <li>❖ Elaboración de estados financieros</li> <li>❖ Dominio de leyes de impuestos</li> <li>❖ Experiencia mínima de 6 meses</li> <li>❖ Manejo de COI, NOI y Excel avanzado</li> </ul>
Ventas	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Facilidad de palabra, agrado por relacionarse con la gente</li> <li>❖ Estudiantes de la carrera de Admón. o afín</li> <li>❖ Inglés mínimo</li> <li>❖ Agrado por las ventas</li> <li>❖ Manejo de Excel avanzado</li> <li>❖ Experiencia mínima de 6 meses</li> </ul>

Tabla 21

Otros requisitos para contratar estudiantes:

- Promedio mínimo de 8
- Adeudar máximo 2 materias
- Vivir a no más de 1 hora de la empresa
- Manejo avanzado de computadora
- Estar a un año máximo de concluir la carrera
- Buena actitud y ser responsable
- Experiencia
- Inglés, o manejo básico de otros idiomas
- disposición de medio tiempo

Las empresas a las que les interesaría contratar a una empresa la cual encuentre al alumno adecuando con el perfil que lo requiere la empresa fue del 74%, sus razones fueron:

- ✚ Los perfiles serían más acertados
- ✚ Ahorraríamos tiempo
- ✚ Habría menos filtros
- ✚ La información sería más certera
- ✚ Sería más económico
- ✚ Depende el monto a pagar por ellos

Del 26% que dijo que no, sus razones fueron:

- ✚ Habría mayor cantidad de candidatos
- ✚ Ya existe un convenio con las universidades
- ✚ No me interesa contratar estudiante

Lo que las empresas quieren es que lleguen a ellas estudiantes que aprovechen las horas en las que van a estar trabajando para ellas, por lo que el perfil que ellas piden tiene que cubrirse al 100%.

#### **4.4. Estudio operativo.**

Existe la necesidad de crear parámetros operativos y de procedimientos afín de generar la adecuada sucesión de actividades que den lugar al correcto Enlace Empresarial, buscando precisamente su aplicación, se cuenta el estudio operativo y de procedimientos requerido para el presente Diseño.

##### **Prospección de clientes.**

###### **I. Objetivo.**

Establecer el proceso para la correcta prospección y selección de empresas que sean clientes potenciales para nuestra empresa así como el correcto modo de venta del servicio.

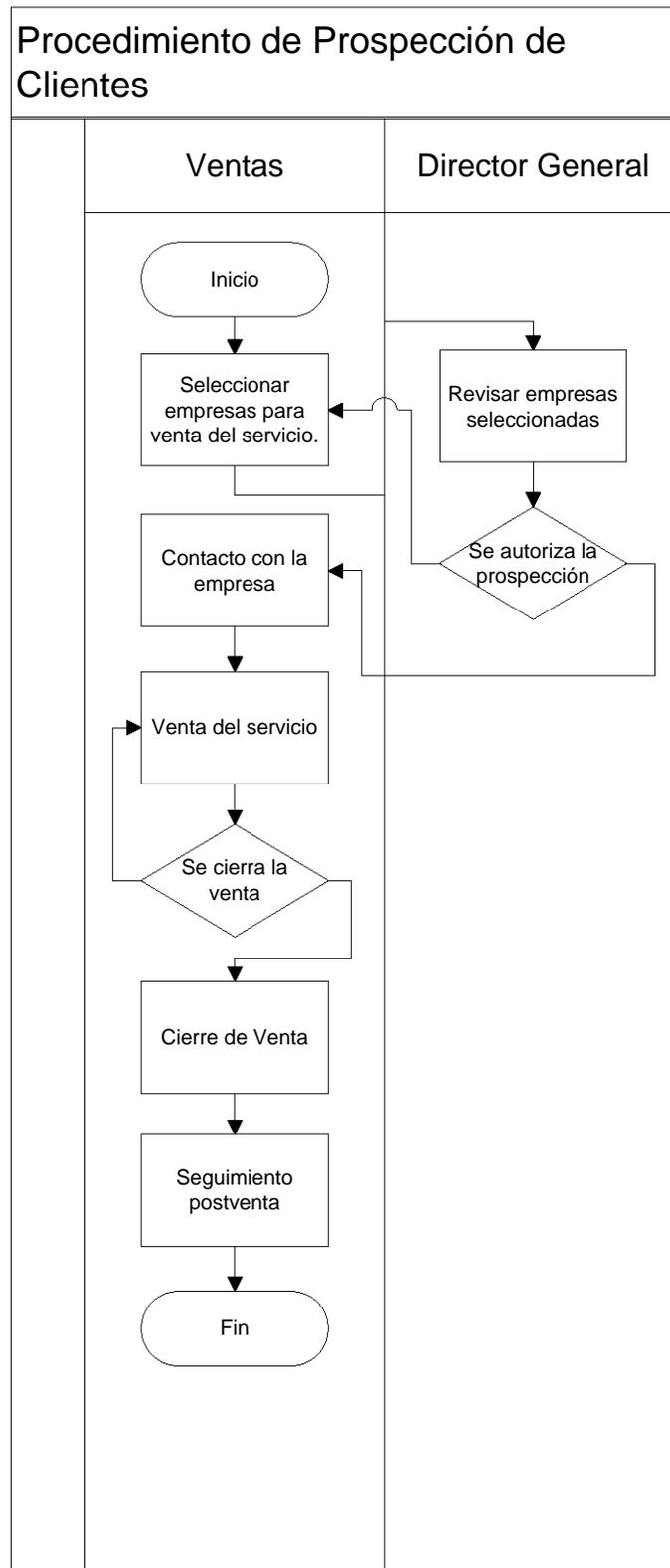
###### **II. Alcance.**

Este procedimiento es aplicable para el personal de ventas y las empresas involucradas como clientes, así como los candidatos involucrados en el proceso de Enlace Empresarial.

###### **III. Políticas de operación.**

- i. Para seleccionar y proporcionar el servicio a un cliente éste deberá de contar con toda la documentación necesaria para operar de acuerdo con la Ley.
- ii. Los clientes deberán de ser preferentemente micro y medianas empresas de acuerdo a sus ventas y deberán encontrarse en zonas a no más de 60 minutos de distancia de Ciudad Universitaria.
- iii. La carta de presentación y portafolio de servicios deberá de ser actualizada bimestralmente.
- iv. El ejecutivo de ventas deberá de portar siempre su identificación que lo acredite como parte de la empresa en un lugar visible.
- v. El ejecutivo de ventas deberá de presentarse siempre con excelente presentación.

IV. Diagrama del procedimiento.



V. Descripción del procedimiento.

SECUENCIA DE ETAPAS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1. Seleccionar empresas para venta del servicio.	1.1. Realizar división del mapa de la zona de las empresas a visitar. 1.2. Seleccionar un sector para visitar. 1.3. Verificar que las empresas existentes cumplan los requisitos para ser cliente.	Ejecutivo de Ventas
2. Revisar empresas seleccionadas	2.1. Revisar si las empresas seleccionadas cumplen con el perfil requerido para ser clientes. ¿Se autoriza la prospección? Si es Si pasa a la 3 Si es No pasa a la 1	Administración General
3. Contacto con la empresa	3.1. Contactar al área de Recursos Humanos de la empresa, en caso de no existir el área, la persona encargada de las contrataciones. 3.2. Envío de carta de presentación y portafolio de servicios. 3.3. Agendar cita para presentación de servicios.	Ejecutivo de Ventas
4. Venta del servicio	4.1. Asistir a las oficinas de la empresa en el día y fecha acordado previamente. 4.2. Presentación Personal y de la empresa. 4.3. Presentación de las características de los alumnos de la carrera de Administración de la Facultad de Contaduría y Administración 4.4. Realización de preguntas para identificar las necesidades del cliente. 4.5. Presentación de beneficios del servicio. 4.6. Asesoría de acuerdo a las necesidades detectadas. 4.7. Gestión de objeciones. ¿Se cierra la venta? Si es si pasa a la 5. Si es no pasa a la 6.	Ejecutivo de Ventas
5. Cierre de Venta	5.1. Llenado del formato de Clientes. 5.2. Negociación de condiciones de venta. 5.3. Pasa al procedimiento: Solicitud de Personal.	Ejecutivo de Ventas

6. Seguimiento postventa	6.1.Llamar periódicamente al cliente para recordarle de los beneficios que le proporciona la empresa.	Ejecutivo de Ventas
--------------------------	---	---------------------

## Solicitud de personal.

### I. Objetivo

Establecer el proceso de solicitud de nuevas contrataciones de nuestros clientes.

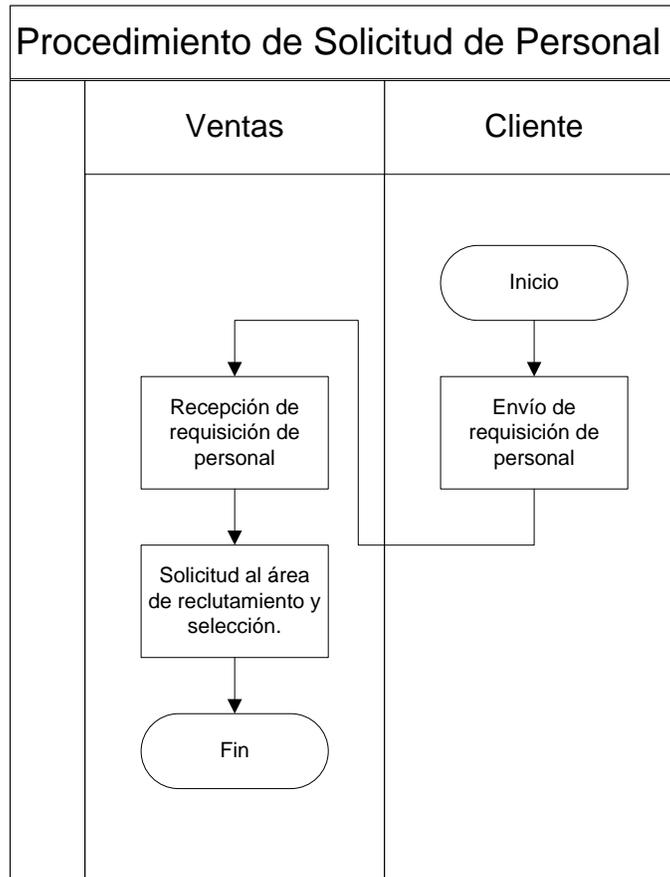
### II. Alcance.

Este procedimiento es aplicable para el personal de ventas y las empresas involucradas como clientes.

### III. Políticas de operación.

- i. Toda venta del servicio de selección y contratación de personal deberá de cumplir con los requisitos solicitados por la Ley Federal del Trabajo y otras leyes aplicables.
- ii. La requisición de personal deberá de realizarse de forma clara y especifica de las necesidades de contratación.
- iii. Para efectos del punto 3.2 el horario de trabajo para estudiantes de medio tiempo no podrá ser mayor a 6 horas diarias.
- iv. El ejecutivo de venta es de darle seguimiento y atención a todas las solicitudes de su cliente.

IV. Diagrama del procedimiento.



V. Descripción del procedimiento.

SECUENCIA DE ETAPAS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1. Envío de requisición de personal	1.1. Llenado del formato de requisición de personal. 1.2. Envío vía mail al ejecutivo de ventas.	Cliente
2. Recepción de requisición de personal.	2.1. Recibe vía mail la requisición de personal. ¿Esta correcta? Si es Si pasa a la 3 Si es No pasa a la 1	Ejecutivo de Ventas
3. Solicitud al área de reclutamiento y selección.	3.1. Envío de la requisición de personal al área de reclutamiento 3.2. Inicio del procedimiento de: Reclutamiento y Selección.	Ejecutivo de Ventas

## Reclutamiento y selección.

### I. Objetivo.

Establecer el proceso de reclutamiento y selección que garantice la satisfacción completa de nuestros clientes de acuerdo con sus solicitudes y necesidades específicas.

### II. Alcance.

Este procedimiento es aplicable para el personal reclutamiento y selección, y los candidatos en cartera.

### III. Políticas de operación.

- i. El reclutamiento y selección deberá de apegarse a la requisición de personal.
- ii. El reclutamiento será únicamente de estudiantes o egresados de la Licenciatura de Administración de la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM.
- iii. Todos los candidatos seleccionados para la terna deberán de validar los todos los conocimientos y/o habilidades.
- iv. Para efectos del punto 3.3 los candidatos deberán de contar con la documentación necesaria así como aprobar las pruebas técnicas de conocimientos con una calificación mayor o igual a 8.

### IV. Diagrama del procedimiento.

## Procedimiento de Contratación

### Reclutamiento



V. Descripción del procedimiento.

<b>SECUENCIA DE ETAPAS</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>RESPONSABLE</b>
1. Recepción de requisición de personal	1.1. Recepción de la requisición de personal. 1.2. Verifica que estén correctos todos los datos.	Área de reclutamiento y selección.
2. Publicación de la vacante	2.1. Publica la vacante en la página de la empresa, en medios impresos, y redes sociales de acuerdo a la requisición de personal.	Área de reclutamiento y selección.
3. Recepción de curriculums	3.1. Recibe los curriculums de los candidatos	Área de reclutamiento y selección.
4. Revisión y selección de posibles candidatos	4.1. Filtra los candidatos de acuerdo al perfil requerido por la empresa. 4.2. Los candidatos que no cumplan con el perfil se pasan a cartera. 4.3. Se consideran también los candidatos que se tienen en cartera de solicitudes anteriores y que cumplan con el perfil. 4.4. Selección de al menos 8 candidatos para entrevista inicial.	Área de reclutamiento y selección.
5. Entrevista inicial vía telefónica los candidatos	5.1. Entrevista por competencias vía telefónica. 5.2. Verifica los datos personales como edad, escolaridad, dirección, etc. 5.3. Cita al menos a 6 candidatos para la entrevista de selección.	Área de reclutamiento y selección.
6. Entrevista de selección	6.1. Entrevista por competencias. 6.2. Valoración de apego al perfil requerido.	Área de reclutamiento y selección.
7. Aplicación de Exámenes	7.1. Aplica un examen de conocimientos generales. 7.2. Aplica un examen de habilidad mental. 7.3. Aplica los exámenes necesarios para validar los conocimientos, habilidades y rasgos de la personalidad señalados en la requisición de personal	Área de reclutamiento y selección.
8. Selección de terna para el Cliente.	8.1. Selecciona al menos 3 candidatos que hayan acreditado las entrevistas y evaluaciones.	Área de reclutamiento y selección.
9. Reporte de Evaluación	9.1. Registra los comentarios generales de los candidatos así como las	Área de reclutamiento y

	<p>calificaciones obtenidas en los exámenes.</p> <p>9.2. Realiza reporte de evaluación y comparativo de los candidatos para enviarse a la empresa.</p> <p>9.3. Pasa al procedimiento de vinculación empresarial.</p>	<p>selección.</p>
--	--	-------------------

## Vinculación empresarial.

### I. Objetivo.

Establecer el proceso de contacto de los candidatos con los clientes.

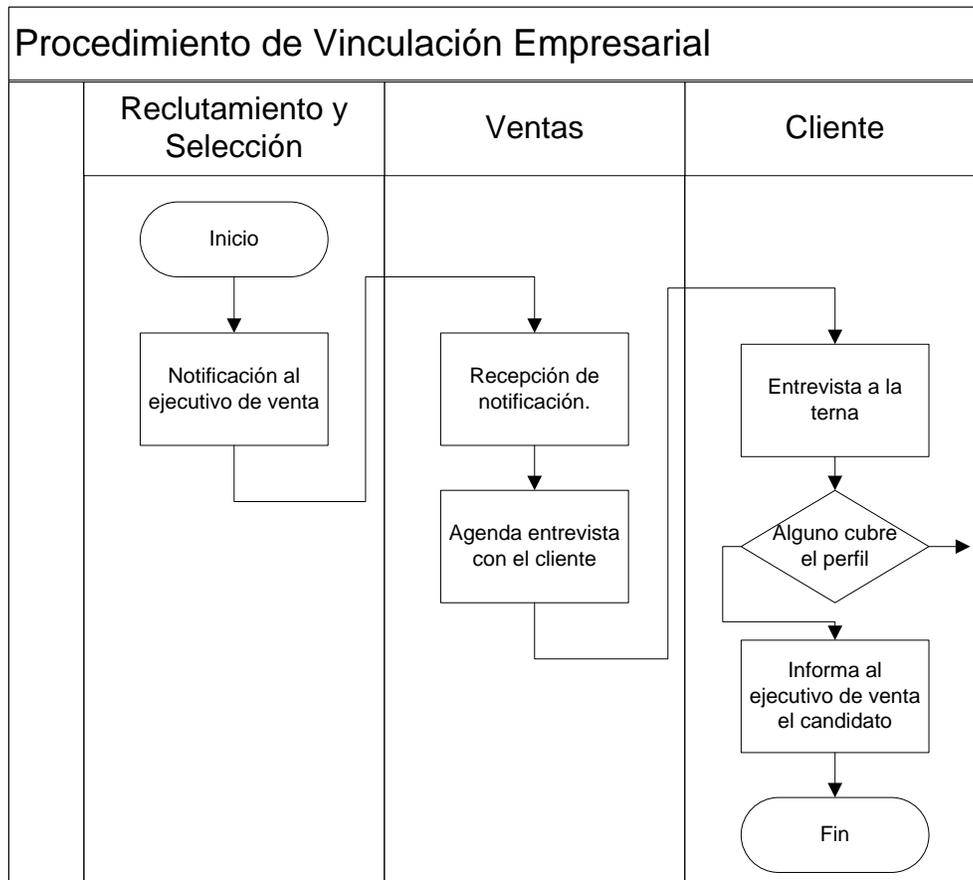
### II. Alcance.

Este procedimiento es aplicable para los candidatos, el área de reclutamiento y selección, y el cliente.

### III. Políticas de operación.

- i. Las citas de los candidatos que se encuentren estudiando con el cliente deberán de ser en un horario y día el cual no interfiera su horario escolar.
- ii. El área de reclutamiento y selección deberá de asegurar la asistencia del candidato a la empresa proporcionándole toda la información necesaria.
- iii. El candidato deberá de acudir puntual con el cliente con una excelente presentación.

### IV. Diagrama del procedimiento.



V. Descripción del procedimiento.

SECUENCIA DE ETAPAS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1. Notificación al ejecutivo de venta.	1.1. Notifica al ejecutivo de venta la selección del personal requerido.	Área de reclutamiento y selección
2. Recepción de notificación.	2.1. Recibe la notificación de los 3 candidatos aptos para el puesto solicitado por su cliente.	Ejecutivo de Ventas
3. Agenda entrevista con el cliente	3.1. Informa al cliente sobre la terna y agenda cita para cada candidato. 3.2. Comunica a los candidatos el día y fecha en el que serán entrevistados.	Ejecutivo de Ventas
4. Entrevista a la terna	4.1. Entrevista y evalúa a los 3 candidatos enviados por el ejecutivo de ventas. ¿Alguno cubre el perfil? Si es Si pasa a 5 Si es No pasa al procedimiento de	Cliente

	reclutamiento y selección.	
5. Informa al ejecutivo de venta el candidato seleccionado	5.1. Informa al ejecutivo el candidato que se apegó más al perfil requerido. 5.2. Pasa al procedimiento de contratación.	Cliente

## Contratación.

### I. Objetivo.

Establecer el proceso de contratación directa del candidato por el cliente.

### II. Alcance.

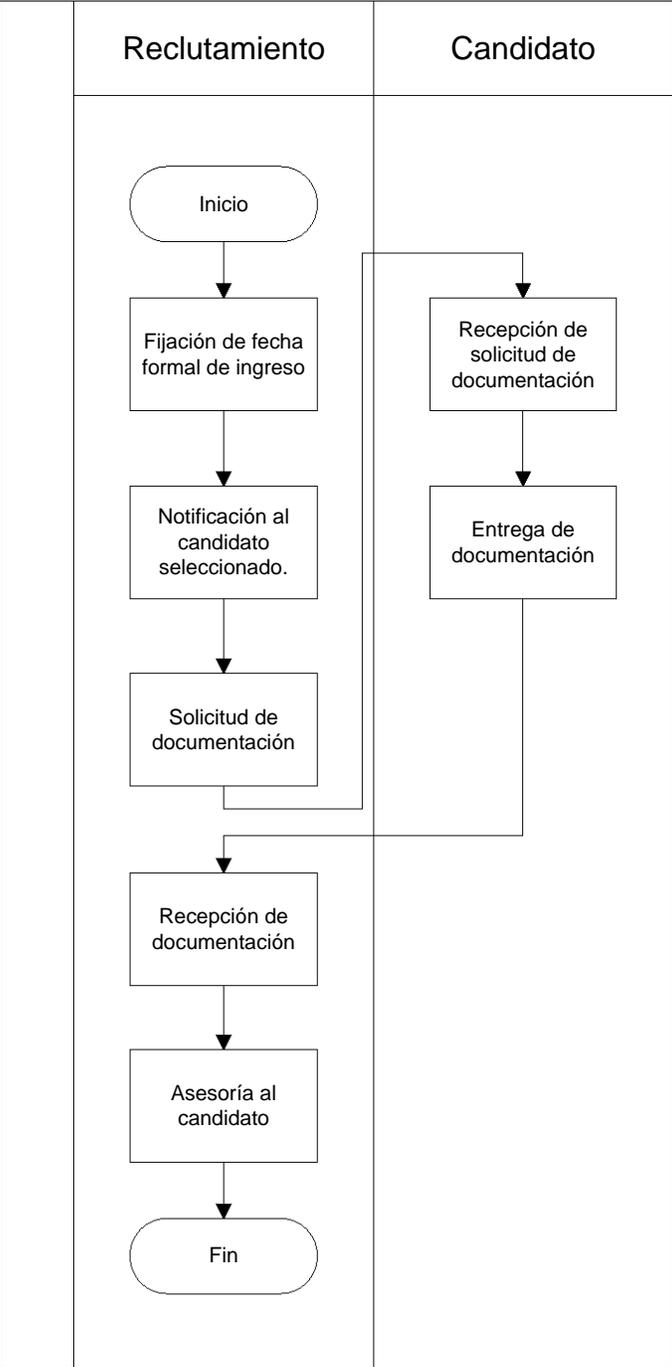
Este procedimiento es aplicable para los candidatos, el área de reclutamiento y selección, y el cliente.

### III. Políticas de operación.

- i. Toda contratación deberá de cumplir con todos los requisitos de la Ley Federal del Trabajo.
- ii. El cliente es quien absorberá los gastos generados por la contratación.
- iii. Las contrataciones que sean por proyecto deberán de justificar la duración del tiempo del contrato.
- iv. La empresa deberá de dar seguimiento al menos cuatrimestral a las necesidades y desarrollo del contratado.
- v. La empresa deberá de llevar un registro y control de todas las contrataciones.
- vi. La empresa se tendrá responsabilidad compartida sobre los resultados del contratado.
- vii. Toda la información que resulte de la contratación es de carácter confidencial.

### IV. Diagrama del procedimiento.

# Procedimiento de Contratación



V. Descripción del procedimiento.

<b>SECUENCIA DE ETAPAS</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>RESPONSABLE</b>
1. Fijación de fecha formal de ingreso.	1.1. Coordina en conjunto con el cliente la fecha formal de ingreso del candidato.	Área de reclutamiento y selección
2. Notificación al candidato seleccionado.	2.1. Notifica al candidato su aceptación en la empresa así como la fecha formal en la cual deberá de presentarse.	Área de reclutamiento y selección
3. Solicitud de documentación	3.1. Solicita al candidato la documentación en digital de: acta de nacimiento, CURP, comprobante de domicilio, IFE, NSS, comprobante de estudios. 3.2. Solicita al candidato llene el documento de alta.	Área de reclutamiento y selección
4. Recepción de solicitud de documentación	4.1. Recibe la solicitud de documentación. 4.2. Recopila toda la información necesaria.	Candidato
5. Entrega de documentación	5.1. Envía vía correo electrónico la información completa.	Candidato
6. Recepción de documentación	6.1. Verifica que la información este completa y correcta.	Área de reclutamiento y selección
7. Asesoría al candidato	7.1. Corroborar con el candidato las condiciones de contratación. 7.2. Asesora al candidato sobre las acciones, actitudes, actividades, etc. que le permitirán tener un mejor desarrollo dentro de la empresa.	Área de reclutamiento y selección

## 4.5. Estudio financiero.

### Concentrado de gastos.

RENTAS							
Concepto	Cantidad	Cto/ Temporalidad de pago		Costo Mensual	Costo Trimestral	Costo 1er Año	Costo Anual
<b>Instalaciones</b>							
*oficina	CUBICULO UNAM						
<b>Servicios</b>							
*electricidad (CFE) CONSUMO INTERMEDIO	HORA/KWH	15 HRS AL DIA					
	\$ 1.20	\$ 18.02					
	1	\$ 1,080.90	bimestral	\$ 540.45	\$ 1,621.35	\$ 6,485.40	\$ 6,485.40
<b>telefono</b>							
*costo de instalacion	UNA OCASIÓN	-	-	-	-	\$ 693.68	-
*Renta de linea	1	236.57	mensual	236.57	709.71	\$ 2,838.84	2838.84
*renta de multilinea virtual	1	\$ 70.49	mensual	\$ 70.49	\$ 211.47	\$ 845.88	\$ 845.88
*internet	RIU						
<b>Personal</b>							
*Oficinista de servicios escolares	1	\$ 5,291.41	mensual	\$ 5,291.41	\$15,874.23	\$63,496.92	63496.92
				<b>\$ 6,138.92</b>	<b>\$18,416.76</b>	<b>\$74,360.72</b>	<b>\$73,667.04</b>

Tabla 23

ARTICULOS DE OFICINA				
Articulo	Cantidad	Req. Anual	Costo	Cto. 1er año
Escritorio	1	1	\$ 5,699.00	\$ 5,699.00
Librero	1	1	\$ 2,899.00	\$ 2,899.00
Sillas				
*Ejecutiva	1	1	\$ 1,799.00	\$ 1,799.00
*Visitas	1	2	\$ 1,499.00	\$ 2,998.00
Computadora	1	1	\$ 7,999.00	\$ 7,999.00
Mulifuncional	1	1	\$ 1,299.00	\$ 1,299.00
Papeleria (Varios)	1	12	\$ 1,880.20	\$ 1,880.20
				<b>\$ 24,573.20</b>

Tabla 24

<b>COSTO DE RENTAS Y ARTICULOS DE OFICINA</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CTO. 1er AÑO</b>	<b>CTO. TRIM.</b>	<b>CTO ANUAL</b>
<b>Instalaciones</b>			
*oficina	CUBICULO UNAM		
<b>Servicios</b>			
*electricidad	\$ 6,485.40	\$ 1,621.35	\$ 6,485.40
<b>telefono</b>			
*costo de instalacion	\$ 693.68	-	-
*Renta de linea	2838.84	\$ 709.71	\$ 2,838.84
*Renta multilinea virtual	\$ 845.88	\$ 211.47	\$ 845.88
<b>Personal</b>			
*Oficinista de servicios escolares	\$ 63,496.92	\$ 15,874.23	\$ 63,496.92
<b>Muebles</b>			
*Escritorio	\$ 5,699.00	-	-
*Librero	\$ 2,899.00	-	-
<b>Sillas</b>			
*ejecutiva	\$ 1,799.00	-	-
*visitas	\$ 2,998.00	-	-
<b>Articulos de oficina</b>			
Computadora	\$ 7,999.00		
Multifuncional	\$ 1,299.00		
Varios	\$ 1,880.20	\$ 470.05	\$ 1,880.20
	<b>\$ 98,933.92</b>	<b>\$ 18,886.81</b>	<b>\$ 75,547.24</b>

Tabla 25

## Descripción de gastos.

Artículo	Descripción	Imagen
Escritorio	ESCRITORIO EJECUTIVO EDGE WATER ESCRITORIO EJECUTIVO COLOR CHOCOLATE. CON PORTATECLADO, DOS CAJONES, DOS ARCHIVEROS. MARCA SAUDER. ALTO 74.6 CM ANCHO 165.4 CM PROFUNDO 75 CM FABRICADO EN ESTADOS UNIDOS.	
Librero	LIBRERO CON PUERTAS EDGE WATER LIBRERO CON PUERTAS Y DOS ENTREPAÑOS. COLOR CHOCOLATE MARCA SAUDER. ALTO 182.5 CM ANCHO 74.4 CM PROFUNDO 33 CM FABRICADO EN ESTADOS UNIDOS.	
Silla Ejecutiva	SILLA EJECUTIVA DE PIEL TAPIZADA EN PIEL PLUS COLOR NEGRO RESPALDO ALTO BRAZOS ACOJINADOS AJUSTE DE ALLURA, TENSIÓN E INCLINACIÓN BASE DE ESTRELLA CON RODAJAS DOBLES.	
Silla Visitas	SILLA DE VISITAS MESH CROMO NEGRA SILLA DE VISITAS MESH CROMO NEGRA COLECCION CON SILLA EJECUTIVA ALTO 92 CM ANCHO 61 CM PROFUNDO 63 CM.	
Computadora	HP PAVILION 100-5105LA PROCESADOR AMD ATHLON II DUAL CORE MEMORIA RAM 2 GB DISCO DURO 500 GB DVD SUPERMULTI CAMARA WEB Y MICROFONO INTEGRADO RED INALAMBERICA MONITOR LCD 20" WINDOWS 7 STARTER 1 AÑO CON PROVEEDOR.	
Multi-funcional	MULTIFUNCIONAL HP PS A10 D110 TECNOLOGIA INYECCION DE TINTA VELOCIDAD 23 PPM COLOR VELOCIDAD 29 PPM NEGRO RESOLUCION 1200 X 2400 DPI WIRELESS, LECTOR DE TARJETAS DISPLAY 2.4" TOUCH	
TELEFONIA (TELMEX, MULTILINEA VIRTUAL)	*Comunicación ilimitada entre todas sus líneas sin cargos de servicio medido. *Mayor productividad al marcar a 4 dígitos. *Funcionalidades de conmutador sin invertir en equipo. *Un solo número para su Negocio. *Control de gastos al asignar un código de acceso para llamadas especiales (044, 045, 900 y LADA).	<a href="http://www.telmx.com/mx/negocio/telefonía/local-multilinea-negocio.html">http://www.telmx.com/mx/negocio/telefonía/local-multilinea-negocio.html</a> 
SERVICIO ELECTRICIDAD (CFE)	*Cargos por energía consumida, para consumos mayores a 140 (ciento cuarenta) kilowatts-hora. *Consumo básico \$ 0.719 por cada uno de los primeros 75 (setenta y cinco) kilowatts-hora. *Consumo intermedio \$ 1.201 por cada uno de los siguientes 50 (cincuenta) kilowatts-hora. *Consumo excedente \$ 2.537 por cada kilowatt-hora adicional a los anteriores.	<a href="http://www.cfe.gob.mx/casa/ConocerTarifa/Paginas/Conocetutarifa.aspx">http://www.cfe.gob.mx/casa/ConocerTarifa/Paginas/Conocetutarifa.aspx</a>
SUELDOS	<a href="http://www.transparencia.unam.mx/personal/PerBas.pdf">http://www.transparencia.unam.mx/personal/PerBas.pdf</a>	

Tabla 26

## Punto de equilibrio.

Para el cálculo del punto de equilibrio, se realizó una consideración de cobro a las empresas por colocación exitosa basándonos en su criterio de pago basado en la investigación de mercados, como sigue:

Sueldo		Cantidad requerido por colocación
\$5000-\$6000	8%	Un mes de sueldo
\$4000-\$5000	50%	75% de un pago mensual
\$1000-\$3000	42%	50% de un pago mensual

Tabla 27

### PUNTO DE EQUILIBRIO

$$\text{PERSONAS A COLOCAR} = \frac{\text{CF}}{\text{PVq}-\text{CVq}} = \frac{6295.60}{2250-629.56} = 3.89$$

CF= COSTOS FIJOS

PVq= PRECIO DE VENTA UNITARIO

CVq= COSTO VARIABLE UNITARIO

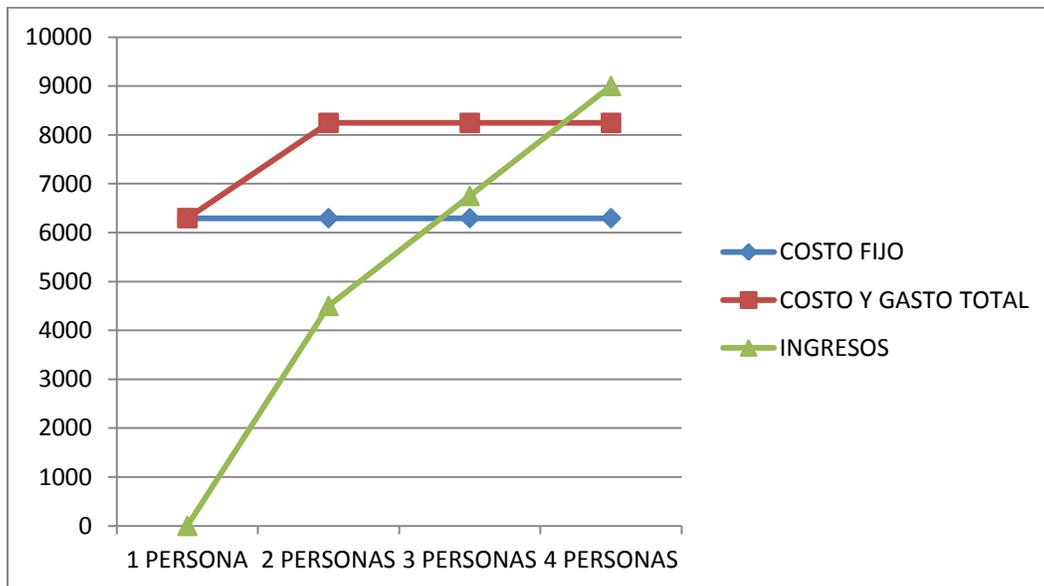


Tabla 28

El costo de colocación unitario lo se calculó en relación con las personas que tenemos que colocar por mes (5) y se toma en cuenta la mitad de los costos fijos

ya que como no utilizamos amplio personal y nuestros costos son muy bajos solo toma en cuenta esos factores por lo que el costo es de \$629.56.

## Estados financieros proforma.

### 1. Estado de resultados.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Acumulado	Acumulado	Acumulado	Acumulado	Acumulado
<b>ENLACE EMPRESARIAL</b>					
<b>Estado de Resultados:</b>					
<b>Ingresos:</b>					
<b>Nacional:</b>					
Ingresos por productos	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Ingresos por servicios	\$217,118	\$337,267	\$524,933	\$678,952	\$724,678
<b>Internacional:</b>					
Ingresos por productos	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Ingresos por servicios	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$217,118</b>	<b>\$337,267</b>	<b>\$524,933</b>	<b>\$678,952</b>	<b>\$724,678</b>
<b>%Gastos variables</b>					
<b>Egresos:</b>					
Gastos fijos	\$12,187	\$12,483	\$12,785	\$13,096	\$13,414
Sueldos y salarios	\$63,497	\$65,038	\$65,038	\$65,038	\$65,038
Gastos Variables	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Otros (Gtos de Venta, etc.)	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Total costos</b>	<b>\$75,684</b>	<b>\$77,520</b>	<b>\$77,823</b>	<b>\$78,133</b>	<b>\$78,451</b>
<b>Utilidad antes de I,I,D,A.</b>	<b>\$141,434</b>	<b>\$259,746</b>	<b>\$447,109</b>	<b>\$600,819</b>	<b>\$646,226</b>
Depreciación y Amortización	-\$2,339	-\$2,339	-\$2,339	-\$2,339	-\$2,339
<b>Utilidad (perdida) de Operación</b>	<b>\$143,773</b>	<b>\$262,085</b>	<b>\$449,448</b>	<b>\$603,157</b>	<b>\$648,565</b>
Gastos financieros corto plazo	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Gastos financieros largo plazo	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$143,773</b>	<b>\$262,085</b>	<b>\$449,448</b>	<b>\$603,157</b>	<b>\$648,565</b>
ISR (28%)	\$50,321	\$91,730	\$157,307	\$211,105	\$226,998
PTU (10%)	\$14,377	\$26,209	\$44,945	\$60,316	\$64,856
<b>Utilidad (pérdida neta)</b>	<b>\$79,075</b>	<b>\$144,147</b>	<b>\$247,196</b>	<b>\$331,736</b>	<b>\$356,711</b>
<b>Margen de utilidades netas:</b>	<b>36.42%</b>	<b>42.74%</b>	<b>47.09%</b>	<b>48.86%</b>	<b>49.22%</b>

Tabla 29

## 2. Balance general.

<b>ENLACE EMPRESARIAL</b>					
<b>Balance General</b>					
<b>Activo circulante</b>					
Caja y bancos	\$78,971	\$225,456	\$474,992	\$809,067	\$1,168,116
Clientes	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Inventarios.	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Total activo circulante</b>	<b>\$78,971</b>	<b>\$225,456</b>	<b>\$474,992</b>	<b>\$809,067</b>	<b>\$1,168,116</b>
<b>Activo Fijo</b>					
Terreno	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Edificio	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Comunicaciones	\$625	\$555	\$486	\$416	\$347
Mobiliario y equipo	\$12,056	\$10,716	\$9,377	\$8,037	\$6,698
Acondicionamiento (m²)	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Computadoras y maquinas	\$8,368	\$7,438	\$6,509	\$5,579	\$4,649
Otros	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Depreciación acumulada:	-\$2,339	-\$4,677	-\$7,016	-\$9,355	-\$11,694
<b>Total activo fijo</b>	<b>\$21,048</b>	<b>\$18,710</b>	<b>\$16,371</b>	<b>\$14,032</b>	<b>\$11,694</b>
<b>Activo total</b>	<b>\$100,019</b>	<b>\$244,166</b>	<b>\$491,363</b>	<b>\$823,099</b>	<b>\$1,179,810</b>
<b>Pasivo Circulante</b>					
Proveedores	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Créditos bancarios	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Total pasivo circulante</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>
<b>Pasivo largo plazo</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>
<b>Pasivo total</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>
<b>Capital Contable</b>					
Capital social	\$20,944	\$20,944	\$20,944	\$20,944	\$20,944
Resultados de ejercicios anteriores	\$70,423	\$208,072	\$444,251	\$773,222	\$1,128,459
Resultado del ejercicio	\$8,653	\$15,150	\$26,167	\$28,933	\$30,407
<b>Total Capital Contable</b>	<b>\$100,019</b>	<b>\$244,166</b>	<b>\$491,363</b>	<b>\$823,099</b>	<b>\$1,179,810</b>
<b>Pasivo + Capital</b>	<b>\$100,019</b>	<b>\$244,166</b>	<b>\$491,363</b>	<b>\$823,099</b>	<b>\$1,179,810</b>

Tabla 30

### 3. Flujo de efectivo.

<b>ENLACE EMPRESARIAL</b>					
<b>Flujo de Efectivo</b>					
Utilidad neta	\$79,075	\$144,147	\$247,196	\$331,736	\$356,711
+ depreciación y amortización	-\$195	-\$390	-\$585	-\$780	-\$974
<b>Generación bruta de efectivo</b>	<b>\$79,270</b>	<b>\$144,537</b>	<b>\$247,781</b>	<b>\$332,516</b>	<b>\$357,685</b>
<u>Usos Operativos</u>					
Financiamiento a cuentas por cobrar	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Financiamiento a inventarios	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Total usos operativos</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>
<u>Fuentes Operativas</u>					
Financiamiento (amort.) proveedores	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Total fuentes operativas</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>
<b>Generación Neta Operativa</b>	<b>\$79,270</b>	<b>\$144,537</b>	<b>\$247,781</b>	<b>\$332,516</b>	<b>\$357,685</b>
<u>Fuentes de Instituciones de Crédito</u>					
Financ. (amort.) créditos bancarios corto plazo	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Financ. (amort.) créditos bancarios largo plazo	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Financiamiento neto con costo</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>
<u>Usos no operativos</u>					
Venta (inversión) en activos fijos	-\$23,387	\$0	\$0	\$0	\$0
Venta (inversión) en activos diferidos	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Pago de dividendos	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Total de usos no operativos</b>	<b>-\$23,387</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>
<u>Fuentes no operativas</u>					
Aportaciones (retiros) de capital	\$20,944	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Total fuentes no operativas</b>	<b>\$20,944</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>
<b>Generación de flujo no operativa</b>	<b>-\$2,443</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>
<b>Generación Neta de Flujo de Efectivo</b>	<b>\$76,827</b>	<b>\$144,537</b>	<b>\$247,781</b>	<b>\$332,516</b>	<b>\$357,685</b>
<b>Caja inicial</b>	<b>\$78,971</b>	<b>\$225,456</b>	<b>\$474,992</b>	<b>\$809,067</b>	<b>\$1,168,116</b>
<b>Caja final</b>	<b>\$155,798</b>	<b>\$369,993</b>	<b>\$722,773</b>	<b>\$1,141,583</b>	<b>\$1,525,801</b>

Tabla 31

#### 4. Integración de activos fijos.

<b>ENLACE EMPRESARIAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Integración de activos fijos</b>	<b>Acumulado</b>	<b>Acumulado</b>	<b>Acumulado</b>	<b>Acumulado</b>	<b>Acumulado</b>
<b><u>1. Valor de activos fijos</u></b>					
Terreno	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Edificio	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Comunicaciones	\$625	\$555	\$486	\$416	\$347
Mobiliario y equipo	\$12,056	\$10,716	\$9,377	\$8,037	\$6,698
Acondicionamiento (m <sup>2</sup> )	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Computadoras y maquinas	\$8,368	\$7,438	\$6,509	\$5,579	\$4,649
Otros	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Propiedades, planta y equipo</b>	<b>\$21,048</b>	<b>\$18,710</b>	<b>\$16,371</b>	<b>\$14,032</b>	<b>\$11,694</b>
<b><u>2. Inversión (\$) en activos fijos</u></b>					
Terreno	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Edificio	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Comunicaciones	\$694	\$0	\$0	\$0	\$0
Mobiliario y equipo	\$13,395	\$0	\$0	\$0	\$0
Acondicionamiento (m <sup>2</sup> )	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Maquinaria	\$9,298	\$0	\$0	\$0	\$0
Otros	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Inversión total</b>	<b>\$23,387</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>
<b><u>Depreciación activos fijos (\$)</u></b>					
Terreno	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Edificio	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Comunicaciones	-\$69	-\$69	-\$69	-\$69	-\$69
Mobiliario y equipo	-\$1,340	-\$1,340	-\$1,340	-\$1,340	-\$1,340
Acondicionamiento (m <sup>2</sup> )	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Maquinaria	-\$930	-\$930	-\$930	-\$930	-\$930
Otros	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Depreciación acumulada</b>	<b>-\$2,338.70</b>	<b>-\$4,677.40</b>	<b>-\$7,016.10</b>	<b>-\$9,354.80</b>	<b>-\$11,693.50</b>
<b>Depreciación Mensual</b>	<b>-\$195</b>	<b>-\$390</b>	<b>-\$585</b>	<b>-\$780</b>	<b>-\$974</b>

Tabla 32

## **4.6. Aspectos legales.**

Los aspectos a considerar en cuanto a la constitución operativa son:

### **Tipo de sociedad mercantil.**

Al ser una extensión de la vinculación universitaria de la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAN; se presenta una figura jurídica departamental hacia la organización, siendo la denominación solo el nombre de la misma: ENLACE EMPRESARIAL.

### **Inversión.**

Tenido como monto inicial de inversión la cantidad de \$20´994.00 m/n. misma que se aplica a consideración de la adquisición de ciertos activos desglosados en el presupuesto de gastos.

### **Aspectos normativos.**

Siendo parte de la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM, debemos acatar los estatutos señalados en el Estatuto de Normatividad Administrativa, correspondiente al Título Primero de Personal Administrativo: Artículos 1° y 2°.

Artículo 1o.- El presente Estatuto tiene por objeto reglamentar las relaciones de trabajo entre la Universidad Nacional Autónoma de México y su personal administrativo, de conformidad con lo previsto en el artículo 13 de la Ley Orgánica de la Universidad.

Artículo 2o.- Son materia de este Estatuto las relaciones entre la Universidad y su personal administrativo, en los servicios de orden administrativo, técnico, profesional, cultural, deportivo, social o de cualquiera otra naturaleza que se presten a la misma, en forma permanente o eventual, dentro del perímetro de Ciudad Universitaria o fuera de ella.

## Aspectos fiscales.

Dada la naturaleza de nuestra constitución, se deben conocer los estatutos internos de la FCA respecto a los siguientes rubros:

- I. Inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes.
- II. Comprobante de domicilio fiscal.
- III. Llevar contabilidad y conservarla.

Para cumplir con esta obligación se deben llevar como mínimo los libros diarios y mayor, de manera manual, mecanizada o electrónica, y registrar las operaciones que permitan lo siguiente:

- ✚ Identificar cada venta que se realice y relacionarse con la documentación que se expida.
- ✚ Identificar las compras e inversiones que se realicen para la actividad del negocio, en donde pueda precisarse la fecha de adquisición del bien o de la inversión.
- ✚ Relacionar cada operación con los saldos finales de las cuentas.
- ✚ Formular estados de posición financiera.
- ✚ Relacionar el estado de posición financiera con las cuentas de cada operación.
- ✚ Asegurarse de registrar todas las operaciones y garantizar que se asienten correctamente en los sistemas electrónicos que se tengan para ello.
- ✚ Identificar las contribuciones que se deben devolver o cancelar, por ejemplo, los productos que se vendan y sean objeto de IVA. Igualmente, los descuentos y bonificaciones que se hagan.
- ✚ Identificar los bienes, distinguiendo entre los adquiridos o producidos, los que corresponden a materias primas y productos terminados o semiterminados, los vendidos, donados o destruidos.

La contabilidad se debe llevar en el domicilio, es decir, en el local en que se encuentre el principal asiento de sus negocios.

La contabilidad, incluyendo toda la documentación de carácter fiscal, deberá conservarse durante un periodo de 5 años.

IV. Expedir y conservar comprobantes fiscales por las actividades que realice:

Cuando se presten servicios o se efectúen ventas deberán entregarse comprobantes que reúnan requisitos fiscales y contengan la leyenda preimpresa "Efectos fiscales al pago", en el comprobante se debe indicar si el bien o el servicio se cobró en un solo pago o en parcialidades (a crédito).

- ✚ Si se cobra en un solo pago, el comprobante debe indicar el importe total de la venta del bien o del servicio prestado, señalando además el impuesto al valor agregado por separado.
- ✚ Cuando se cobre en parcialidades, el comprobante debe contener el importe total de la venta o del servicio, así como el importe total de la parcialidad cubierta en ese momento y el IVA correspondiente.

Además, los comprobantes que se expidan por el pago de una parcialidad deben indicar la forma en que se realizó el pago (cheque, efectivo, etc.) y el número y fecha del comprobante inicial.

Por las compras y gastos que realice y que sean indispensables para obtener sus ingresos debe solicitar factura con IVA desglosado y los demás requisitos fiscales.

V. Presentar declaraciones informativas.

VI. Efectuar retenciones<sup>9</sup>.

VII. Pagos provisionales y normatividad.

A partir de febrero para los pagos provisionales y definitivos correspondientes al mes de enero de 2011 y subsecuentes.

Los contribuyentes que sean sujetos del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS), deben utilizar el servicio de declaraciones y pagos.

A partir de mayo, para los pagos provisionales y definitivos correspondientes a abril de 2011 y subsecuentes:

Los contribuyentes que en términos del artículo 32-A del CFF, se encuentren obligados a dictaminar sus estados financieros en 2011, respecto del ejercicio fiscal 2010, aun cuando opten por la aplicación del beneficio establecido en el Artículo Tercero del Decreto por el que se

---

<sup>9</sup> Deberá existir un monitoreo con el Departamento Fiscal y Contable de la FCA-UNAM

otorgan facilidades administrativas en materia de simplificación tributaria, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 30 de junio de 2010.

Calcular el pago provisional:

- ✚ Determinar la utilidad o ganancia: ingresos obtenidos en el periodo, menos las deducciones o gastos correspondientes al mismo periodo.
- ✚ Al resultado obtenido en el punto anterior, se le debe disminuir todas las pérdidas fiscales de años anteriores que no haya quitado.
- ✚ A continuación, le debe aplicar la tarifa al resultado obtenido, según la tabla de los artículos 113 y 114 respectivamente de la Ley del Impuesto sobre la Renta.
- ✚ Al monto final, se le debe restar los pagos provisionales realizados con anterioridad en el mismo año, así como las retenciones.

ISR: ingresos acumulables -(menos) deducciones acumulables - el límite inferior (está en las tablas vigentes de la página de hacienda) x (por) el porcentaje correspondiente de la misma tabla, más la cuota fija de la misma tabla (menos el acumulado de los pagos anteriores) = es el pago que debes de hacer.

IETU: ingresos acumulables- deducciones acumulables x 17.5%(tasa actual de IETU) - acumulado de pagos de ISR hasta el mes que se declara - pagos anteriores de IETU = pago de IETU

IVA: (se calcula siempre mensual) IVA causado (el que cobras a tus clientes) – IVA de gastos - IVA retenido = pago mensual de IVA

El impuesto 2.5% sobre nómina es una erogación a cargo del patrón sobre todos aquellos pagos que realice a sus empleados por concepto de una relación laboral subordinada.

Posibles deducciones:

- ✚ Devoluciones, descuentos o bonificaciones en el precio de venta
- ✚ Adquisición de materia prima, productos semiterminados, o terminados aplicados en la prestación de servicios, fabricación de bienes o venta.
- ✚ Gastos necesarios para ejercer actividad empresarial
- ✚ Inversiones

## TASAS DE RECARGOS PARA EL EJERCICIO FISCAL DEL 2011

Las tasas de recargos son publicadas por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público en el Diario Oficial de la Federación, para determinar el pago de contribuciones extemporáneas.

Mes	Mora:	Prórroga:
Enero - Diciembre	1.13%*	0.75%**

\*El artículo 21 del Código Fiscal de la Federación establece la aplicación de la tasa de recargos para cada uno de los meses de mora; para el caso será la que resulte de incrementar en 50% la tasa prevista para los mismos y que por prórroga será de 0.75%. Ver artículo 8º. de la Ley de Ingresos de la Federación.

\*\*El artículo 8º. de la Ley de Ingresos de la Federación, establece que, cuando conforme al Código se permita que la tasa de recargos por prórroga incluya actualización, la tasa de recargos será del 1 por ciento mensual tratándose de pagos a plazos en parcialidades hasta 12 meses; en el caso de pagos a plazos en parcialidades de más de 12 meses y hasta de 24 meses, la tasa de recargos será de 1.25 por ciento mensual y 1.50%, si se trata de pagos de superiores a 24 meses, así como tratándose de pagos a plazo diferido.

### VIII. Facturación electrónica 2011

La Firma Electrónica Avanzada "Fiel" es un conjunto de datos que se adjuntan a un mensaje electrónico, cuyo propósito es identificar al emisor del mensaje como autor legítimo de éste, tal y como si se tratara de una firma autógrafa.

Por sus características, la Fiel brinda seguridad a las transacciones electrónicas de los contribuyentes, con su uso se puede identificar al autor del mensaje y verificar no haya sido modificado.

Su diseño se basa en estándares internacionales de infraestructura de claves públicas (o PKI por sus siglas en inglés: Public Key Infrastructure) en donde se utilizan dos claves o llaves para el envío de mensajes:

- ✚ La "llave o clave privada" que únicamente es conocida por el titular de la Fiel, que sirve para cifrar datos; y
- ✚ La "llave o clave pública", disponible en Internet para consulta de todos los usuarios de servicios electrónicos, con la que se descifran datos. En términos computacionales es imposible descifrar un mensaje utilizando una llave que no corresponda.

Estos son necesarios como parte de procesos internos de recuperación, recaudación, ventas, retención y facturación de servicios.

IMPI<sup>10</sup>.

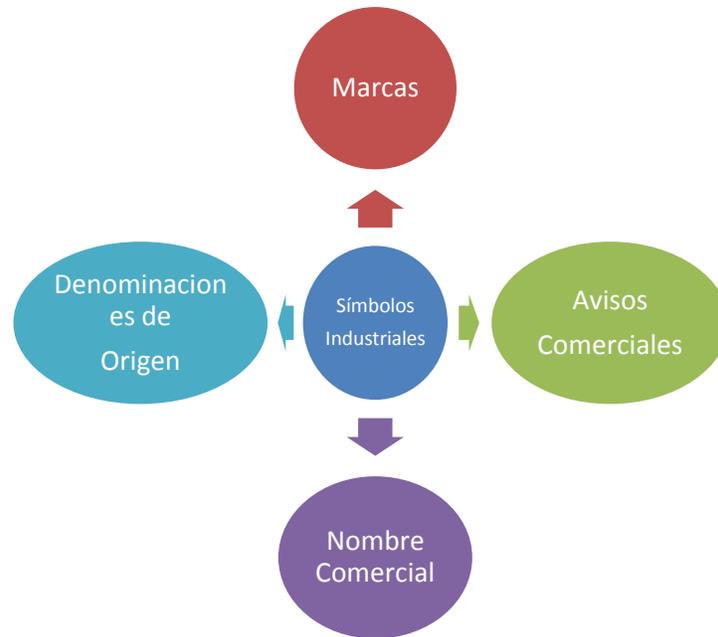


Ilustración 2

## NOMBRE COMERCIALES

Es una denominación generalmente de una palabra, que está protegida solamente en la zona geográfica donde se encuentra la demanda o clientela efectiva. El nombre comercial no necesita registrarse. se publica en la gaceta oficial de propiedad industrial y se establece la presunción de buena fe en la adopción y uso del mismo.

<sup>10 10</sup> Al ser parte de la UNAM solo existen algunas consideraciones de nombre del diseño.

## Aspectos ambientales.

Siendo una prestadora de servicios de contratación, debemos considerar una cultura ecológica de consumo y sustentabilidad; hecho por el cual, se puede considerar el *paperless*.

Hoy las cosas están cambiando y son muchas las empresas que están comenzando a despedirse del papel. Se trata de las llamadas "*oficinas paperless*".

Inclusive la infraestructura de las oficinas se ha transformado: los escritorios ya no cuentan con las clásicas cajoneras, los empleados sólo disponen de un *locker* en el cual pueden guardar sus objetos personales.

La cultura *paperless* se orienta a que el papel desaparezca totalmente de los escritorios y se tenga todo archivado en servidores o archivos digitales. Esto facilita enormemente el trabajo remoto, porque ya no es necesario andar con todo el material impreso a costas desde la oficina a la casa.

### Los 10 beneficios de una empresa Paperless.

1. Incremento en la productividad de los trabajadores.
2. Aumento de la ventaja competitiva.
3. Ahorro de tiempo.
4. Simplicidad.
5. Accesibilidad.
6. Desarrollo de negocios.
7. Mejor servicio al cliente.
8. Reducción de riesgos.
9. Ayudar al planeta.
10. Ahorros importantes.

## 5. Aportaciones y conclusiones.

### 5.1. Aportaciones.

Con base en el análisis de información recolectada, estudios de mercado, operativo y financiero realizado, así como en el sondeo a la población estudiantil, es posible determinar que la implementación del Proyecto Enlace Empresarial tendría como aportaciones a la Facultad de Contaduría y administración y a las empresas, los siguientes puntos:

#### **Aportaciones Empresa**

- I. Mejoramiento (en tiempo y costos) del proceso de reclutamiento y selección con las empresas vinculadas.
- II. Implementación procesos sistematizados dentro de la organización para disminuir el trabajo basado en empirismo, ampliando con ello las posibilidades de crecimiento.

#### **Aportaciones Universidad**

- I. Detección las exigencias del mercado laboral, generando la posibilidad para la organización de implementar dichos datos en proceso internos de mejoramiento a preparación académico.
- II. Esquema organizacional autosustentable.
- III. Posibilidad de inserción laboral de su alumnado.
- IV. Generación de un vínculo que brinde posibilidades futuras de interacción con beneficio mutuo.

### 5.2. Conclusiones.

Es necesario trabajar en una relación más efectiva entre empresas y universidades, la cual se puede lograr conociendo previamente los requerimientos actuales de los distintos sectores empresariales. El vincular a los estudiantes y egresados de la Facultad de Contaduría y Administración cuyos perfiles sean acordes a las necesidades específicas de las empresas con las cuales existe un enlace, ofrece una posibilidad de mejora ante la efectividad de la comunicación empresarial y las universidades, al mismo tiempo que genera un puente de

posibilidades futuras de interacción entre ambos. De esta forma se puede lograr un beneficio empresa-universidad.

Toda empresa necesita de personal capacitado y con criterio, que aporte conocimientos sólidos, tal vez no siempre experiencia práctica, pero si nuevas propuestas fundamentadas y con base en estudios y conocimientos previos, así se reduce el empirismo en los procesos dentro de las organizaciones. Es por esto que un enlace laboral efectivo mejora las posibilidades de crecimiento económico del entorno en el cual ambas organizaciones se desarrollan.

A través de la elaboración del presente proyecto se ha confirmado la necesidad y el potencial de crear alianzas laborales que permitan al estudiante de la licenciatura de Administración de la UNAM incursionar en el campo laboral tanto en empleos de medio tiempo que les permita aplicar sus conocimientos de forma práctica, así como para los recién egresados que solicitan trabajos de tiempo completo.

Al crear “Enlace Empresarial” se establecería beneficios no solo en la imagen que proyecta la Universidad formando profesionistas capacitados para desenvolverse en trabajos enfocados en la carrera. Sino también en diferentes ámbitos tales como el social, al elevar las fuentes de empleo, o el económico al incrementar la población económicamente activa.

Por lo anterior se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Existen dentro de las Pymes en México, posibilidades laborales que requiere de talento humano para conllevar los retos de competitividad contemporáneos.
- Se cuenta en la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM con los recursos humanos necesarios y calificados para dar respuesta a las necesidades de las Pymes en materia laboral.
- Actualmente no existe un medio de contacto efectivo con la Facultad de Contaduría y Administración que cumpla las características adecuadas para colocar laboralmente tanto a los estudiantes como egresados.
- Se requiere respaldo por parte de la UNAM para ser participe en los procesos de reclutamiento de las compañías tanto medianas como pequeñas.
- La factibilidad del proyecto arroja resultados de ser un plan de negocios realizable, pues los datos económicos mostrados indican la necesidad de posicionar y valorar el quehacer universitario en función de crear en él, la auto sustentabilidad.

## Bibliografía.

El economista en línea. “Día mundial del internet”. Consultado en [eleconomista.com.mx/.../2010/.../mexico-se-prepara-dia-mundial-internet](http://eleconomista.com.mx/.../2010/.../mexico-se-prepara-dia-mundial-internet) , mayo 2010.

Facultad de Contaduría y Administración. “Misión y Visión”. Consultado en <http://www.fca.unam.mx/>, febrero 2012.

Flores Becerril María Elena, Simón Domínguez Nadima, Vera Martínez Selene y vera Smith Fernando. “Efectividad de la vinculación universidad-industria automotriz-gobierno en Puebla, Aguascalientes y Estado de México” Fondo Editorial FCA, México, 2011.

García Stahl Consuelo. “Síntesis Histórica de la Universidad de México”, Fondo Editorial FCA, México, 1978.

INEGI. “Senso económico 2010”. Consultado en [http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/M\\_D\\_F.pdf](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/M_D_F.pdf), mayo 2012.

Mendieta Alatorre Ángeles, Carrera Stampa Manuel. “Historia de la Facultad de Contaduría y Administración, Volumen II”, Fondo Editorial FCA, México, 1983.

Revista “Algo más” no. 184 enero-febrero 2009, Producción Editorial Maestro Armando Tomé González, Ciudad Universitaria México DF.

Revista “Algo más” no. 190 noviembre –diciembre 2009, Producción editorial Maestro Armando Tomé González, Ciudad Universitaria, México DF.

Revista “Algo más” no. 198 noviembre –diciembre 2011, Producción Editorial Lic. María del Carmen Márquez González, Ciudad Universitaria, México DF.

Revista “Algo más” no. 206 noviembre –diciembre 2011, Producción Editorial Lic. María del Carmen Márquez González, Ciudad Universitaria, México DF.

Secretaría de Economía (SE). “Clasificación de Pymes”, Consultado en <http://www.economia.gob.mx/> , marzo 2012.

Secretaría de Educación Pública (SEP), “Tratado Nacional de Educación”, Consultado en <http://www.sep.gob.mx/es/sep1/C0230211>, marzo 2012.

2nd World Economic Forum. “The Global Competitiveness Report 2008-2009”.

## ANEXOS.

### I. Anexo: Formato de entrevista a alumnos de la Facultad de Contaduría y Administración y a empresas.



#### ESTUDIO DE MERCADO – ALUMNOS FCA

Edad:                      Sexo: F      M

1. ¿Trabajas?              SI                      NO

En caso de SI pasar a la pregunta 2, si es NO pasar a la pregunta 10.

2. ¿En qué empresa trabajas? \_\_\_\_\_

3. ¿En qué área estas y cuáles son tus funciones en ella? \_\_\_\_\_

4. ¿Cuál es tu antigüedad? \_\_\_\_\_

5. ¿Tú trabajo ayuda al crecimiento profesional? ¿Por qué?  
\_\_\_\_\_

6. ¿Cuánto tiempo te llevo encontrar este empleo? \_\_\_\_\_

7. ¿En dónde viste esa propuesta de trabajo? \_\_\_\_\_

8. ¿En qué otros lugares has buscado trabajo? \_\_\_\_\_

9. ¿Qué piensas acerca de estas bolsas de trabajo? \_\_\_\_\_

Pasar a la pregunta 14

10. En caso de NO, ¿Por qué no trabajas? \_\_\_\_\_

11. ¿Alguna vez has buscado trabajo?      SI                      NO

12. En caso de SI, ¿Hace cuanto tiempo? \_\_\_\_\_

13. ¿En qué lugares buscas empleo? \_\_\_\_\_

14. ¿Qué beneficios buscas en una bolsa de trabajo?  
\_\_\_\_\_

15. ¿Qué habilidades tienes? \_\_\_\_\_

16. ¿Qué dominio tienes de inglés? \_\_\_\_\_

17. ¿Manejas otro idioma?              SI                      NO

18. ¿Cuál? Y ¿En qué porcentaje? \_\_\_\_\_

19. ¿Qué programas manejas? \_\_\_\_\_

20. ¿Si hubiera una bolsa de trabajo solo para administradores que te vinculen directamente con empresas que ayuden a tu crecimiento profesional, acudirías a ella?  
SI NO

21. ¿Por qué? \_\_\_\_\_



### **EMPRESAS**

Sector:	Nombre del establecimiento :
Tamaño de la empresa:	

1. ¿En su empresa contrata estudiantes de la carrera de Administración de Empresas? SI NO

En caso de SI pasar a la pregunta 2, en caso de NO pasar a la pregunta 9

2. ¿Está en convenio con alguna institución o empresa que lo contacte con los alumnos?

SI NO ¿Cuál? \_\_\_\_\_

3. ¿Cada cuando contrata a un becario? \_\_\_\_\_

4. ¿A qué áreas de la empresa los destina? \_\_\_\_\_

5. ¿Qué labores desempeña? \_\_\_\_\_

6. ¿Cuántas horas trabaja al día? \_\_\_\_\_

7. Aproximadamente, ¿Cuánto les está pagando? \_\_\_\_\_

8. ¿Le gusta contratar estudiantes? ¿Por qué? \_\_\_\_\_

Pasar a la pregunta 11

9. ¿Le interesaría contratar a estudiantes de la carrera en Administración de últimos semestres medio tiempo? SI NO

10. ¿Por qué? \_\_\_\_\_

11. ¿Qué perfil busca en las siguientes áreas?

RH \_\_\_\_\_

Mercadotecnia \_\_\_\_\_

Producción \_\_\_\_\_

Finanzas \_\_\_\_\_

Ventas \_\_\_\_\_

12. ¿Qué otros requisitos necesita un estudiante para que lo puedan contratar en tu empresa?

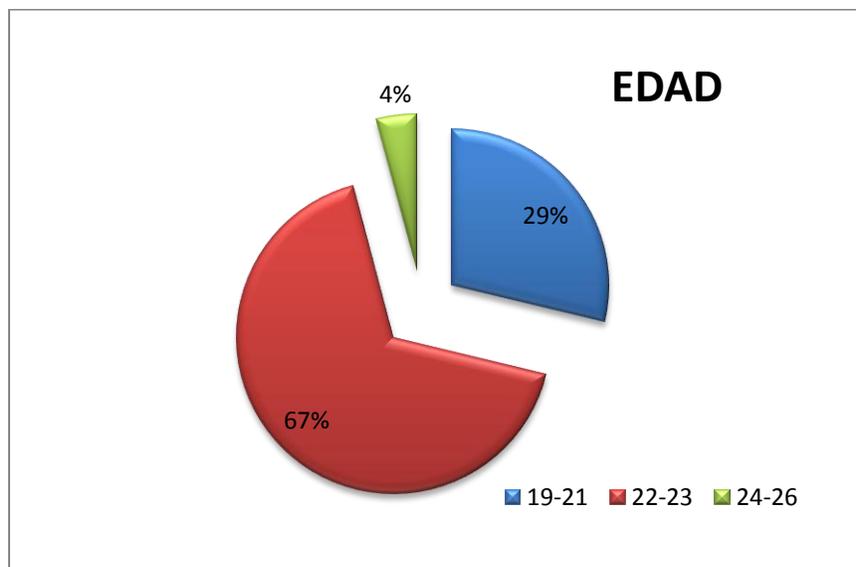
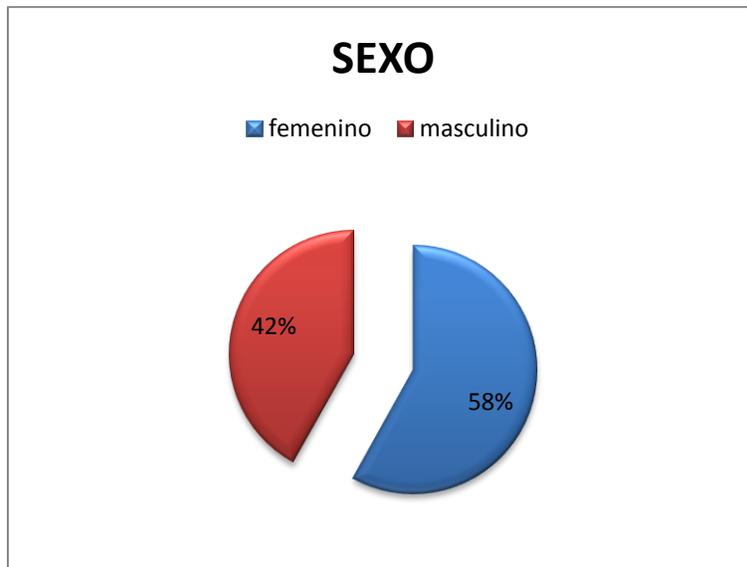
\_\_\_\_\_

13. Si hubiera una empresa que lo vinculara con los alumnos y le encontrara al alumno con el perfil que ustedes necesitan para trabajar en medio tiempo, ¿la contrataría? ¿Por qué?

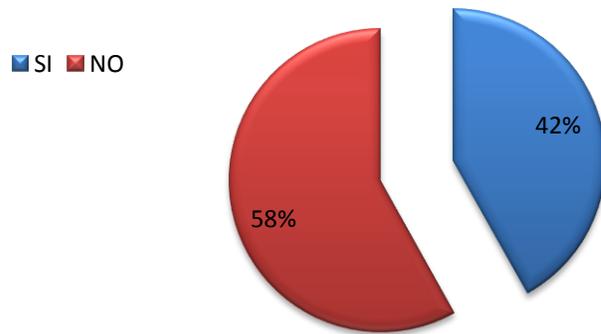
\_\_\_\_\_

## II. Anexo: Gráficas del estudio de mercados.

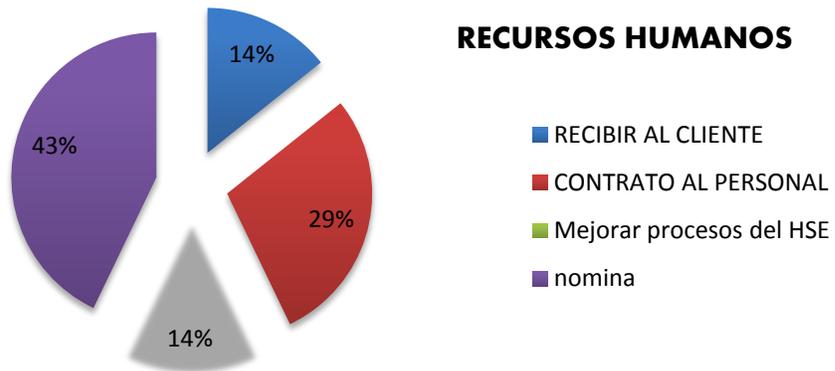
### a) Alumnos.



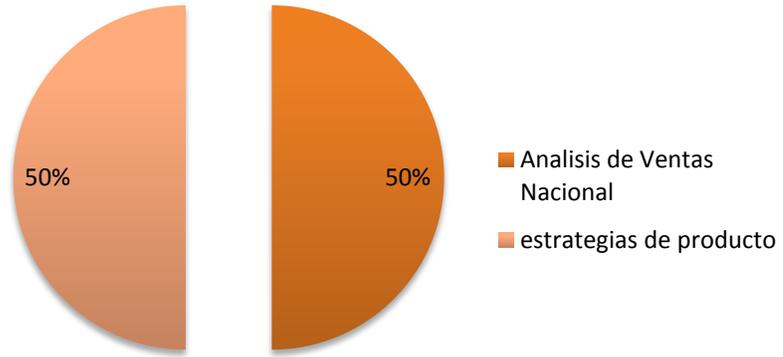
### 1.¿Trabajas?



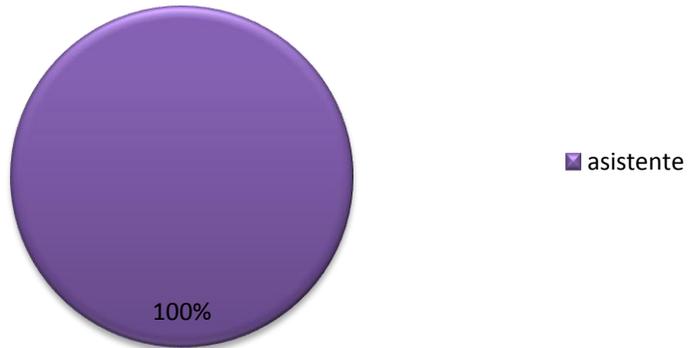
### 3.¿En qué área estas y cuáles son tus funciones en ella?



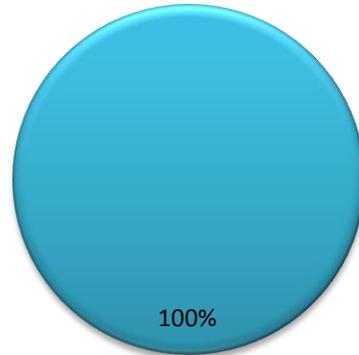
### P3. MERCADOTECNIA



### P3. ADMINISTRATIVO

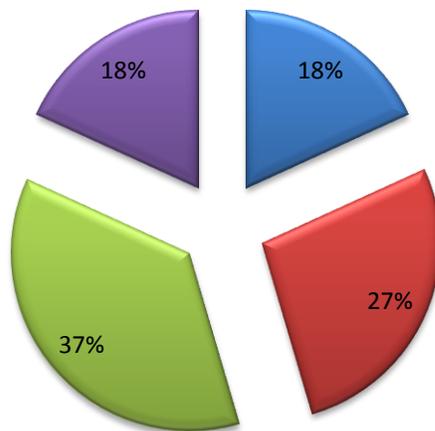


### P3. PRODUCCION



■ ATENDER A CLIENTES

### P3. VENTAS



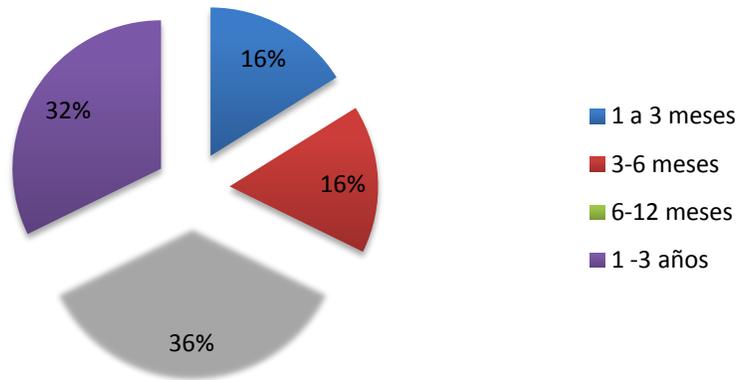
■ OFRECER TAJETAS DE CREDITO

■ VENTA DE PAQUETES PROMOCIONALES, BOLETOS DE AVION ETC.

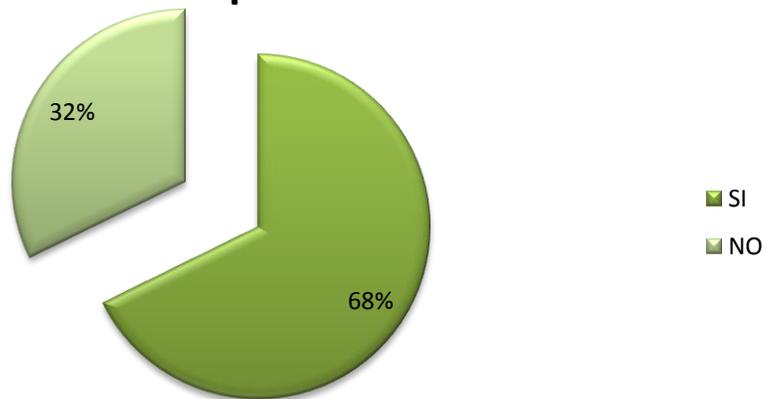
■ COMPRA DE INSUMOS

■ Atencion a cliente y ventas

#### 4. ¿Cuál es tu antiüedad?

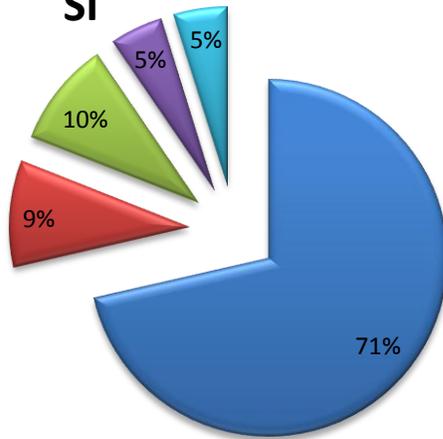


#### 5. ¿Tú trabajo ayuda al crecimiento profesional?



### P5. ¿Por qué?

SI



ESTAN ENFOCADAS  
ALGUNAS DE LAS  
ACTIVIDADES A LA  
CARRERA

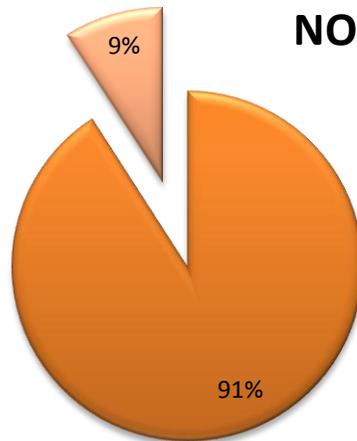
PUEDES SUBIR DE PUESTO

Tengo a cargo funciones de  
administrador en la  
empresa

aprendo lo que en la  
escuela no enseñan

### P5. ¿Por qué?

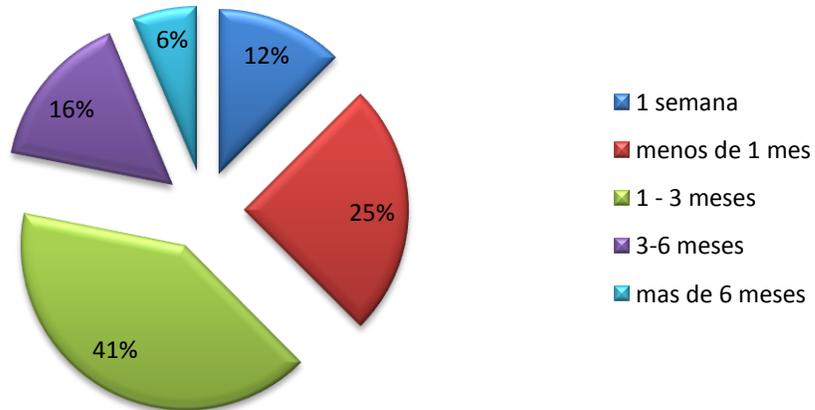
NO



No aplico nada de la  
carrera

aplico muy pocas cosas de  
la carrera, nada tecnico  
en si

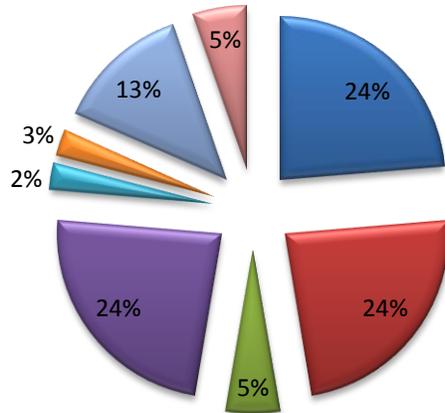
## 6. ¿Cuánto tiempo te llevo encontrar este empleo?



## 7. ¿En dónde viste esa propuesta de trabajo?

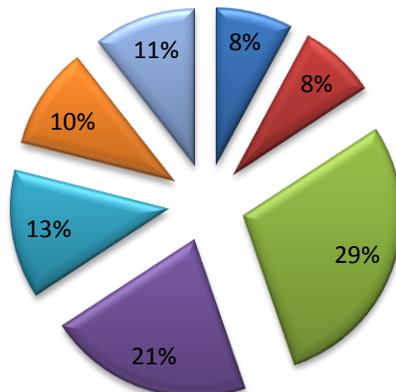


### 8. ¿En qué otros lugares has buscado trabajo?



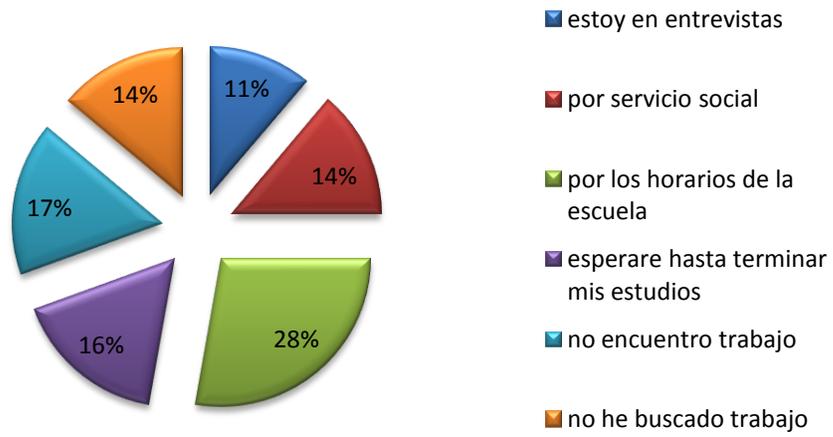
- INTERNET
- PERIODICO, ANUNCIOS
- NO HABIA BUSCADO
- BOLSA DE TRABAJO DE LA FACULTAD
- BUMERANG
- POR CONOCIDOS
- OCC
- MANPOWER

### 9. ¿Qué piensas acerca de estas bolsas de trabajo?

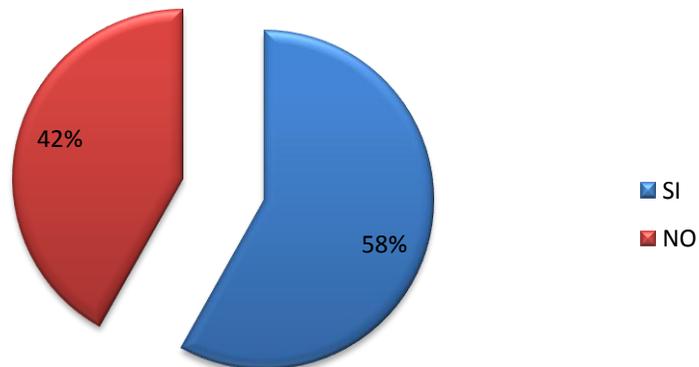


- son muy facil de utilizar, pero muchas veces no te dan la informacion necesaria o es mentira.
- son importantes para el crecimiento profesional y economico
- nunca he utilizado una
- Existen muy pocas oportunidades de empleo

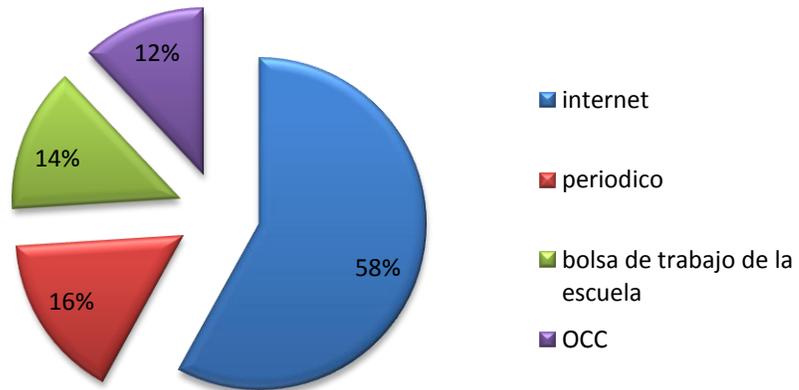
### 10. ¿Por qué no trabajas?



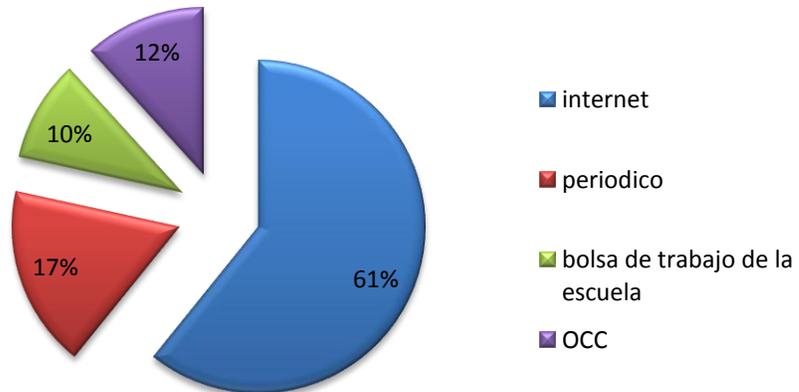
### 11. ¿Alguna vez has buscado trabajo?



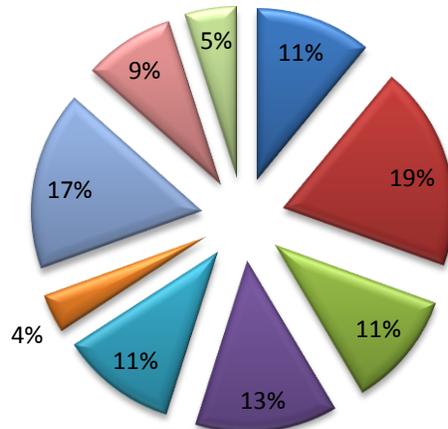
### 13.¿En qué lugares buscas empleo?



### 13.¿En qué lugares buscas empleo?

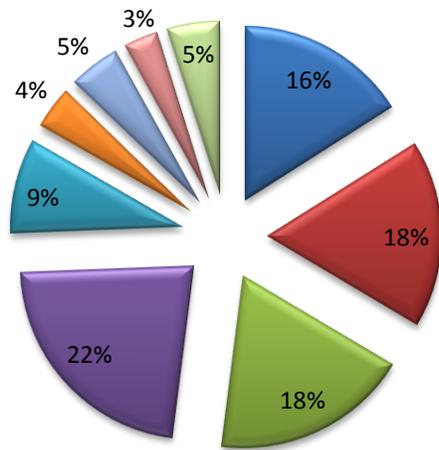


### 14. ¿Qué beneficios buscas en una bolsa de trabajo?



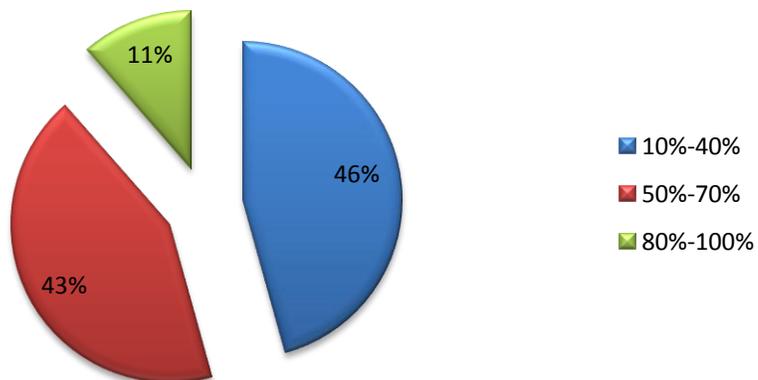
- no lo he pensado
- oportunidades a los recién egresados, prestaciones y un salario justo
- facilidad de contacto
- que te den el perfil y el sueldo recibido basarte en eso para así encontrar mejores propuestas
- Que ofrezca trabajos relacionados con mi carrera
- que tenga buenas empresas

### 15. ¿Qué habilidades tienes?

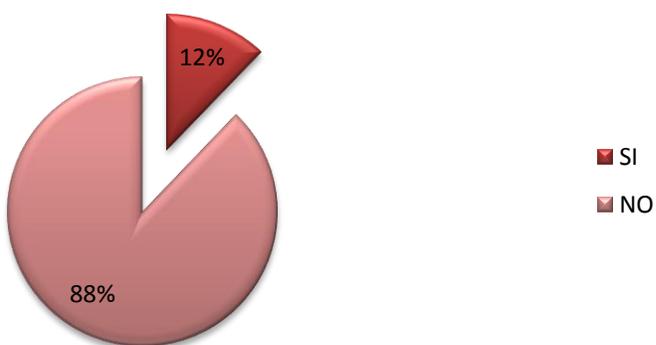


- trabajo bajo presión
- ingles y computacion
- facilidad de palabra, facilidad para relacionarse con la gente
- simpatía, paciencia, responsable, puntual y organizada
- liderazgo, manejo de personal, capacidad de negociación
- dominio de oficio
- creativo
- enfocado a objetivos
- adaptabilidad

### 16. ¿Qué dominio tienes de inglés?

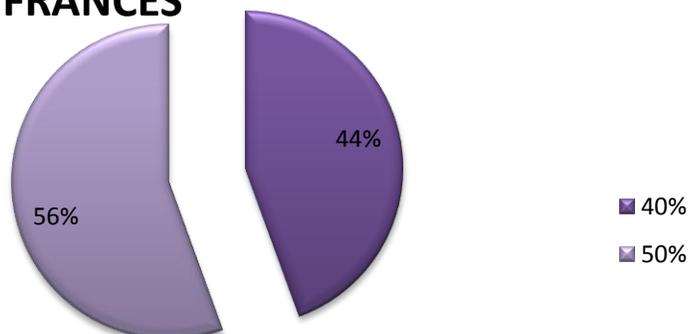


### 17. ¿Manejas otro idioma?

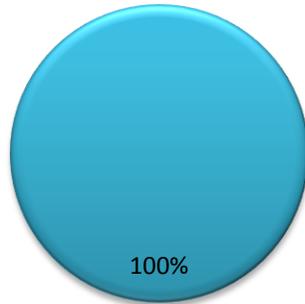


### 18. ¿Cuál? y ¿En qué porcentaje?

#### FRANCES

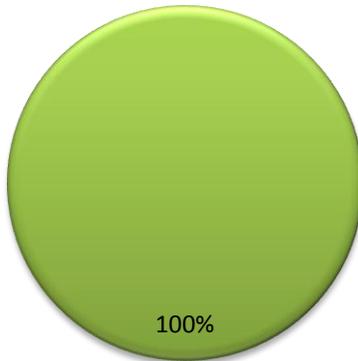


### P18.portugues



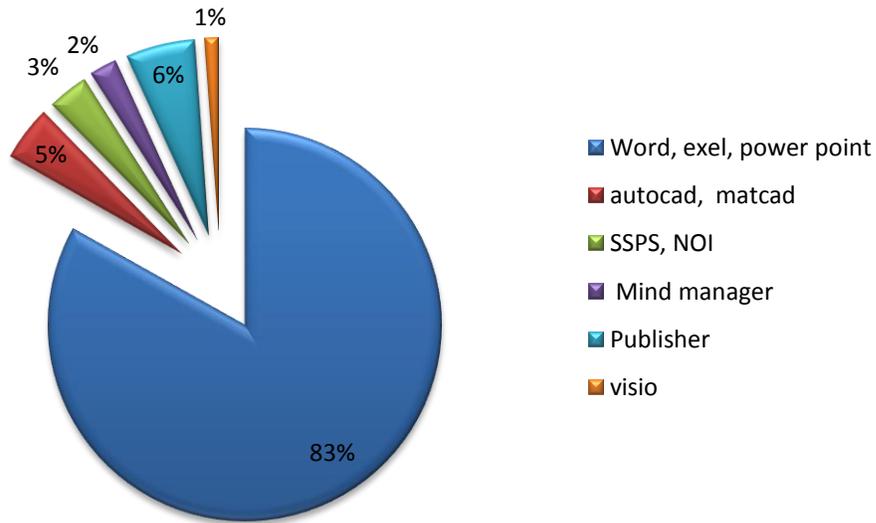
40%

### P18. Italiano

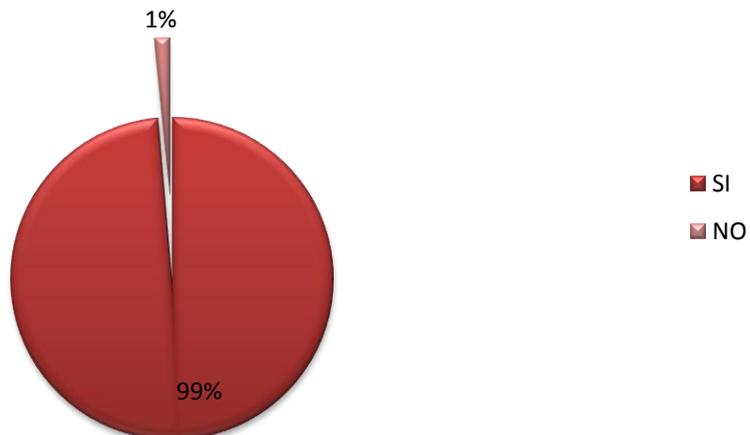


50%

### 19. ¿Que programas manejas?

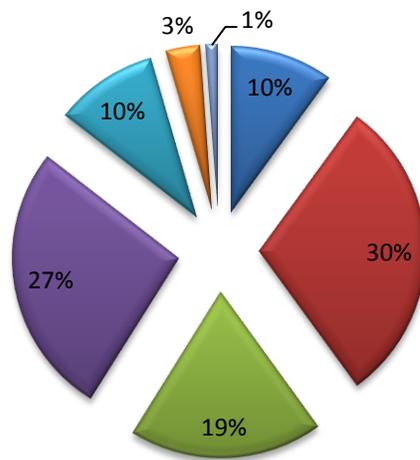


### 20. ¿Si hibiera una bolsa de trabajo solo para administradores que vincule directamente con empresas que ayuden a tu crecimiento profesional, acudirías a ella?



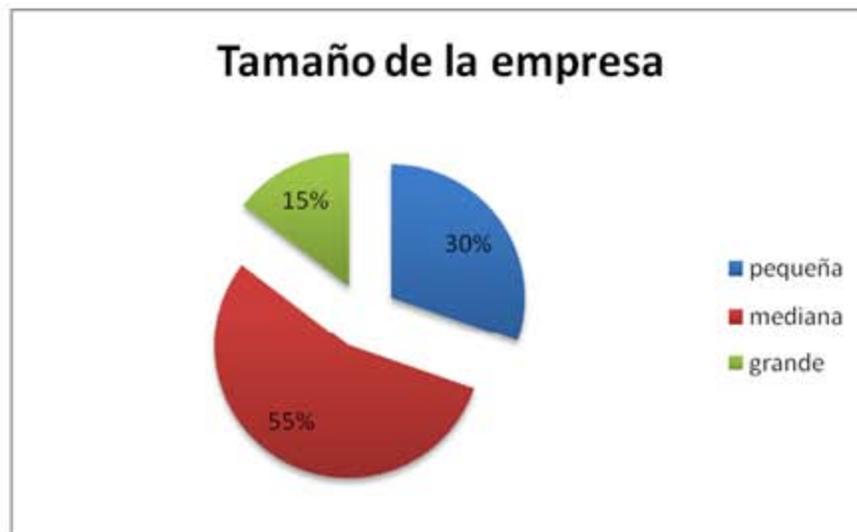
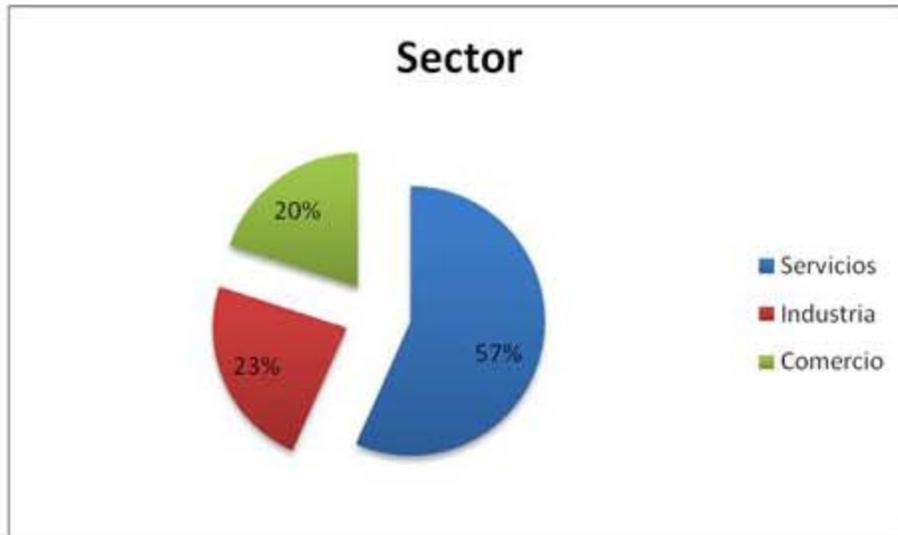
## 21.¿Por qué?

SI

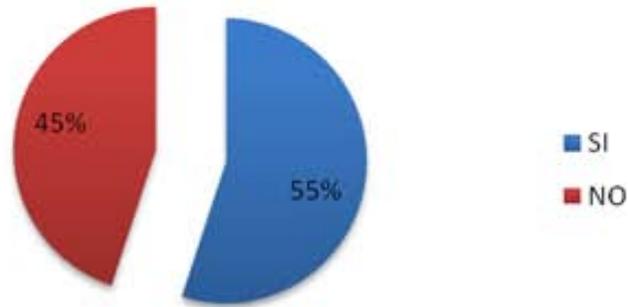


- considero importante la experiencia laboral
- las vacantes serian mas a fin a mis intereses por ser solo para administradores
- por seguridad a que sea una oferta seria y real
- por que nos ayudaran a desarrollarnos profesionalmente
- seria un empleo relacionado con la carrera
- las empresas te aceptarian como estudiante
- en el momento que deje la otra empresa

b) Empresas.



**1. ¿En su empresa contrata estudiantes de la carrera de Administración de empresas?**



**2. ¿Está en convenio con otra alguna institución o empresa que lo contacte con los alumnos?**



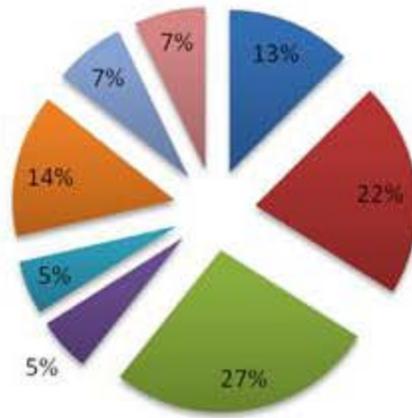
### 3. ¿Cada cuándo contrata a un becario?



### 4. ¿A qué áreas de la empresa los destina?

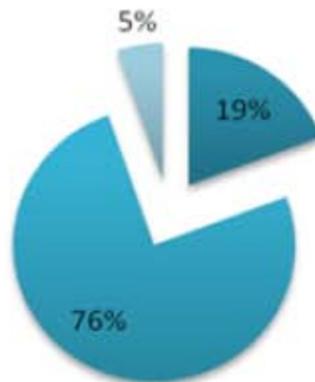


### 5. ¿Qué labores desempeña?



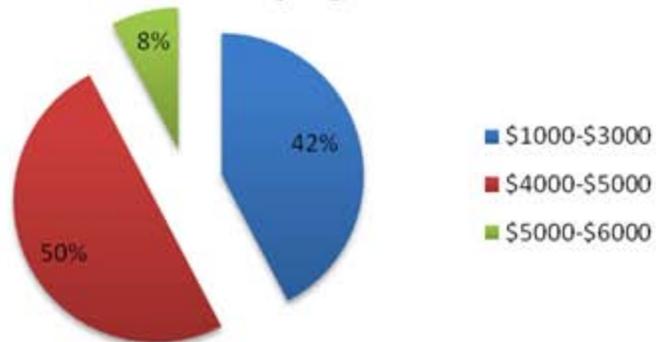
- facturar, publicar anuncios para reclutar, control de empleados etc.
- recibir llamadas, hacer citas, recibir correos etc.
- hacer llamadas, convencer al cliente, hacer seguimientos etc.
- contratación de rh
- supervisión
- apoyo en el área correspondiente, apoyo general
- nomina
- Manejo de inventarios y ventas con distribuidores

### 6. ¿Cuántas horas trabaja al día?



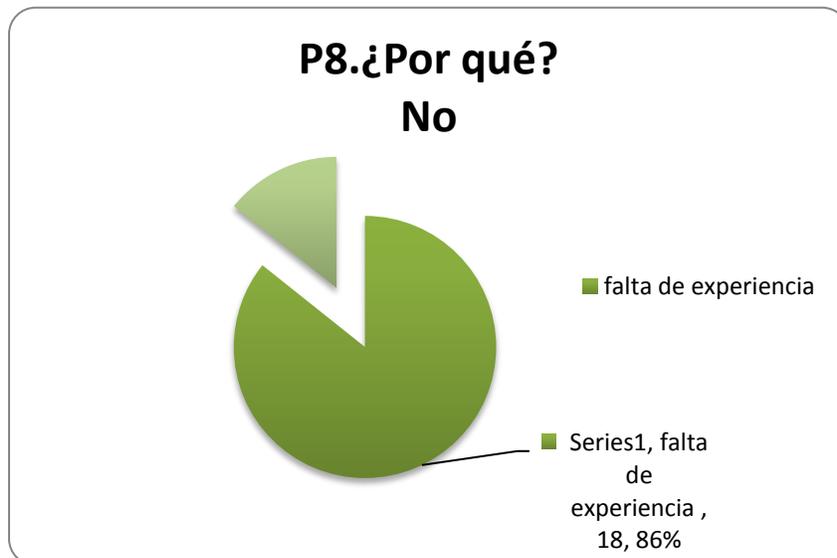
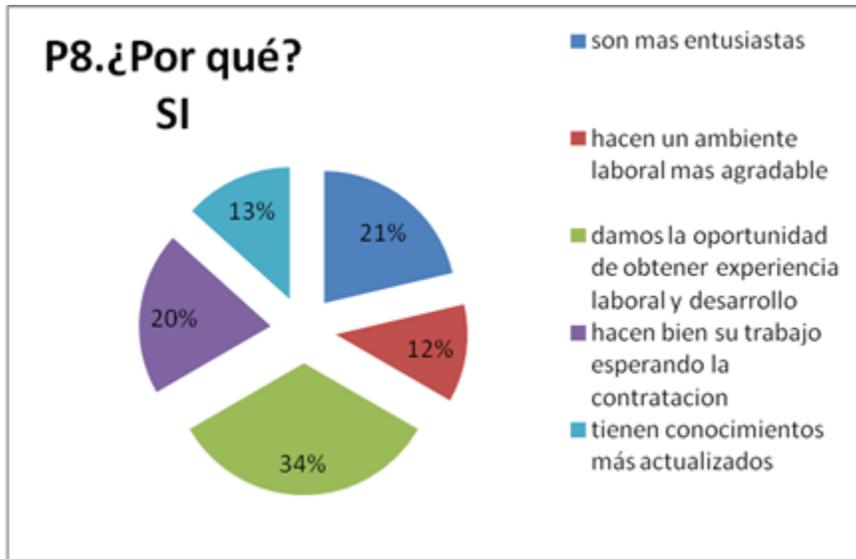
- 8-7 hrs
- 6-5 hrs
- 4 hrs

### 7. Aproximadamente, ¿Cuánto les está pagando?

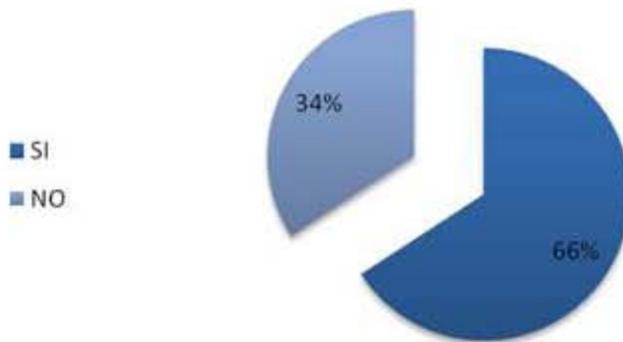


### 8. ¿Le gusta contratar estudiantes?





**9.¿Le interesaría contratar a estudiantes de la carrera en administración de últimos semestres?**

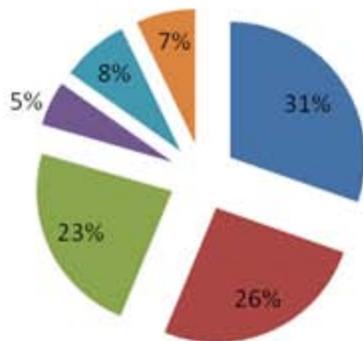


**10.¿Por qué?  
SI**



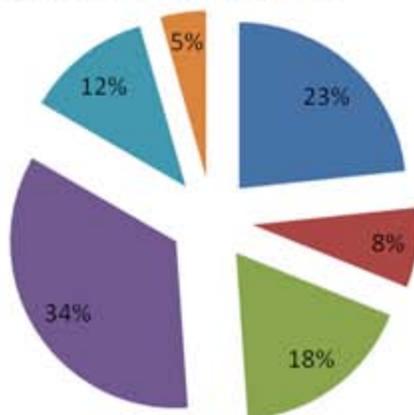


### P11.MERCADOTECNIA



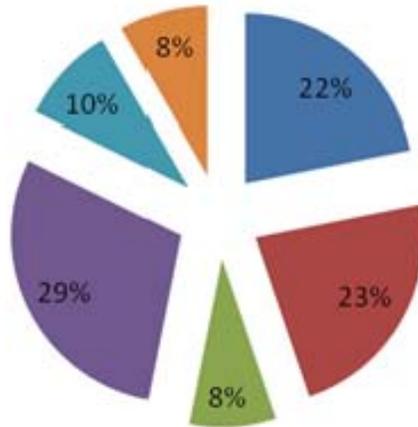
- carrera en mercadotecnia o afin, cursando los ultimos semestres
- idioma ingles 70% manejo avanzado de office
- creativo y proactivo
- buenas relaciones y facilidad de palabra
- Conozcan el mercado

### P11. PRODUCCIÓN



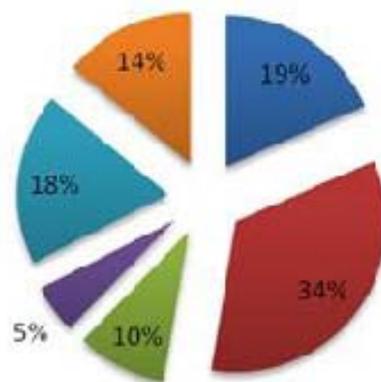
- licenciatura en curso(ultimos semestres, pasantes) en administracion
- ingeniería industrial o afin.
- ingles 60%. Ser proactivo.
- manejo de personal
- Manejo avanzado de paquete office.
- innovador

## P11. FINANZAS



- estudiantes de la carrera de administracion gusto por las finanzas
- actitud positiva, manejo de COI, NOI y excel avanzado.
- experiencia minima de 6 meses
- conocimiento basico de finanzas
- Dominen leyes de impuestos
- Elaboración de estados financieros

## P11. VENTAS



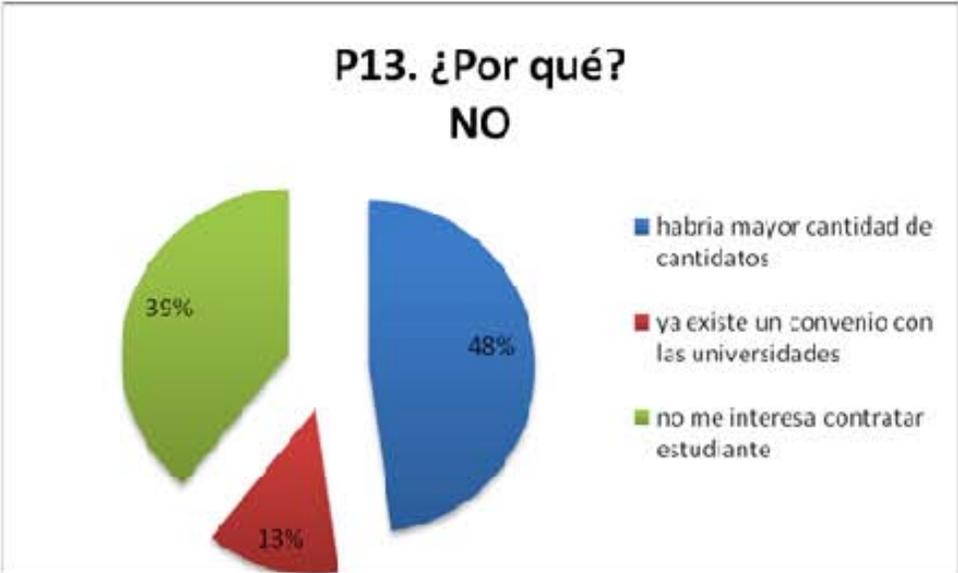
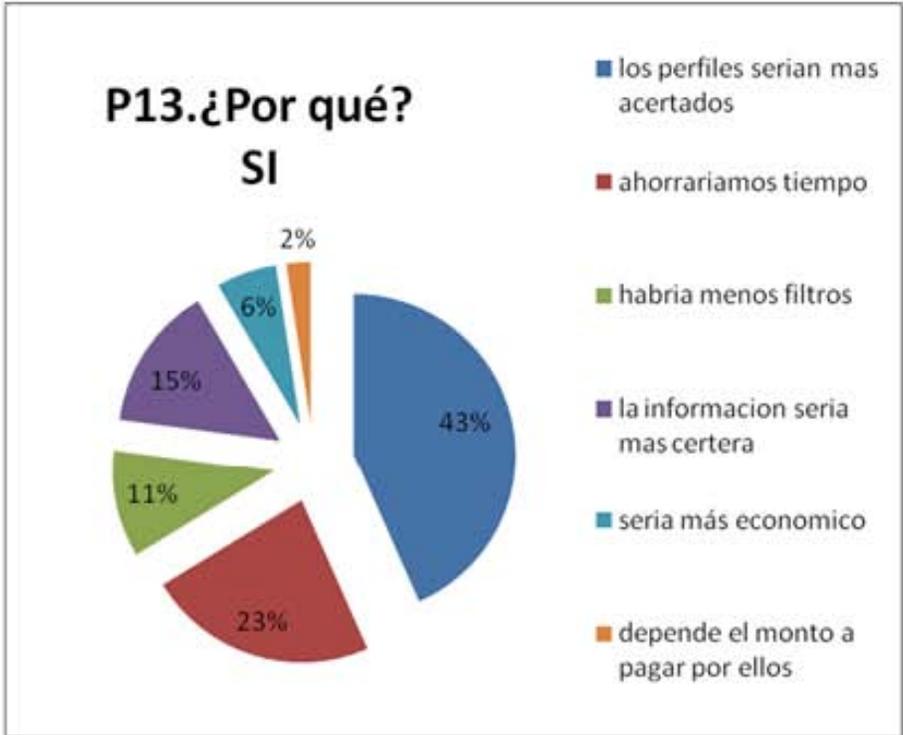
- estudiantes de la carrera de administracion cafin
- facilidad de palabra, agrada por relacionarse con la gente, ser amable y paciente
- manejo de computadora, excel sobretodo
- experiencia minima de 6 meses
- agrado por las ventas
- ingés mirimo

**12. ¿Qué otros requisitos necesita un estudiante para que lo puedan contratar en tu empresa?**



**13. Si hubiera una empresa que lo vinculara con los alumnos y encontrara al alumno con el perfil que ustedes necesitan para trabajar, ¿la contrataría?**





### III. Análisis de puestos.

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre de la organización:	Enlace Empresarial
Nombre del puesto:	Administrador General
Departamento	Administración General
Nivel jerárquico del puesto:	Dirección
Subordinación:	Gerencias
Comunicaciones colaterales:	Legal
DESCRIPCIÓN GENERAL	
El administrador general es el encargado de llevar a cabo la planeación estratégica en conjunto con los jefes de departamento.	
DESCRIPCIÓN DE TALLADA	
Llevar a cabo el procesos administrativo en las diversas tareas y actividades de la organización. Coordinarse y comunicarse en forma adecuada con los jefes de cada area afín de llevar a cabo el mayor número de vinculaciones exitosas e incrementar la participación de mercado de la orgaanización. Así mismo debe llevar a cabo un minucioso proceso de auditoria en cada proceso interno.	
REQUISITOS INTELECTUALES	
Instrucción básica:	Licenciatura en Administración.
Experiencia:	En negociación y administración general.
Adaptabilidad:	Trabajo bajo presión.
Iniciativa necesaria:	Proactivo.
Aptitudes necesarias:	Memoria, capacidad de analisis y persuación.
REQUISITOS FÍSICOS	
Esfuerzo físico necesario:	Ninguno.
Habilidades:	Manejo de sistemas de información y control.
RESPONSABILIDADES IMPLICITAS	
Administrar en forma optima todos los recursos de la organización, propiciando la máxima captación de clientes y maneteniendo los mejores estandares en selección de prospectos, afín de lograr alto porcentaje de vinculación.	
CONDICIONES DE TRABAJO	
Ambiente de trabajo:	
Regularmente se involucra en sitios de entrevista como en citas con posibles clientes y prospectos, asic omo juntas en lugares determinados con los encargados de área para la planeación estratégica.	

<b>IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>	
Nombre de la organización:	Enlace Empresarial
Nombre del puesto:	Jefe del área legal.
Departamento	Legal
Nivel jerárquico del puesto:	Staff de Administración general.
Subordinación:	Administración general.
Comunicaciones colaterales:	Administración genral y jefes de áreas.
<b>DESCRIPCIÓN GENERAL</b>	
Encargarse de los tramites de viculación, pagos, contratación y asesoría jurídica de los convenios que se realizan entre las empresas y los candidatos a contratación,	
<b>DESCRIPCIÓN DE TALLADA</b>	
Brindar asesoría tanto a los miembros internos de la organización, candidatos a contratación como personal ya vinculado en cuanto a condiciones de contratos, salarios, pagos, participación salarial y laboral en prestaciones de seguridad social, etc. Asesorar a los miembros de la organización en cuestiones de constitución de la empresa, normatividad legal y de operación, afín de mantener una postura sólida ante las autoridades del giro empresarial.	
<b>REQUISITOS INTELECTUALES</b>	
Instrucción básica:	Administrador especialista en RH, fiscal y der. Administrativo.
Experiencia:	Teórico práctica de normatividad admibistrativa.
Adaptabilidad:	Tener una postura abierta a temas de RH, fiscal, admivo.
Iniciativa necesaria:	Proactividad.
Aptitudes necesarias:	Conocimiento de la normatividad jurídica.
<b>REQUISITOS FÍSICOS</b>	
Esfuerzo físico necesario:	Ninguno.
Habilidades:	Dominio del sistema jurídico de las organizaciones.
<b>RESPONSABILIDADES IMPLÍCITAS</b>	
Mantener orientados tanto a colaboradores como a candidatos a vinculación respecto de procedimientos legales y administrativos de contratación y pago de servicios por reclutamiento.	
<b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>	
Ambiente de trabajo:	En sitios de reunión de colaboradores de la organización.
Presenta movilidad en cuanto a acompañar a miembros de la organización a realizar trámites legales de vinculación y contratos de pago por servicios de reclutamiento.	

<b>IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>	
Nombre de la organización:	Enlace empresarial.
Nombre del puesto:	Jefe de contabilidad.
Departamento	Contabilidad.
Nivel jerárquico del puesto:	Jefatura.
Subordinación:	N/A
Comunicaciones colaterales:	Administración general, jefaturas y legal.
<b>DESCRIPCIÓN GENERAL</b>	
Se encarga del registro de ingresos, egresos, calculo y declaración de impuestos y actualización de la normatividad fiscal de la organización.	
<b>DESCRIPCIÓN DE TALLADA</b>	
Brindar asesoría a las otras jefaturas y administración general respecto a condiciones legales de fiscal y prestaciones sociales de los vinculados, en cuanto a contratación por alguna organización, llevara a cabo declaraciones de ejercicios fiscales, retenciones y deducciones. Asi mismo control de presupuestos y proyecciones de los mismos.	
<b>REQUISITOS INTELECTUALES</b>	
Instrucción básica:	Contador o administrador especializado en fiscal.
Experiencia:	Teórico práctica de aspectos fiscales y de impuestos.
Adaptabilidad:	A los diversos cambios en normatividad fiscal.
Iniciativa necesaria:	Proactivo.
Aptitudes necesarias:	Dominio del amrcio legal de organizaciones.
<b>REQUISITOS FÍSICOS</b>	
Esfuerzo físico necesario:	Ninguno.
Habilidades:	Organización, colaboración y control.
<b>RESPONSABILIDADES IMPLICITAS</b>	
Llevar a cabo declaraciones fiscales, contabilidad y manejo de impuestos y carga tributaria, fiscal y administrativa del rubro contable, asesoría en contratos de participación por prestación de servicios.	
<b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>	
Ambiente de trabajo:	Oficinas y sitios de juntas y reuniones
Regularmente se involucra en sitios de entrevista como en citas con posibles clientes y prospectos, asic omo juntas en lugares determinados con los encargados de área para la planeación estratégica.	

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre de la organización:	Enlace empresarial.
Nombre del puesto:	Jefe de reclutamiento y selección.
Departamento	Reclutamiento y selección.
Nivel jerárquico del puesto:	Jefatura.
Subordinación:	N/A
Comunicaciones colaterales:	Administración general y otras jefaturas.
DESCRIPCIÓN GENERAL	
Llevar a cabo el análisis de candidatos a los diferentes cargos solicitado, así como verificar las coincidencias entre solicitante y solicitados.	
DESCRIPCIÓN DE TALLADA	
Procurar que los candidatos que se envíen a vinculación sean los idóneos respecto a características que piden las empresas solicitantes afín de favorecer la máxima contratación, generando así un peldaño en la cadena administrativa de nuestras empresas vinculadas. Procurar que los solicitantes siempre sean enviados a puestos de áreas de su interés profesional.	
REQUISITOS INTELECTUALES	
Instrucción básica:	Administrador enfocado a Recursos Humanos
Experiencia:	Afín al área de Recursos Humanos
Adaptabilidad:	Respecto a diversos perfiles de puestos.
Iniciativa necesaria:	Proactivo.
Aptitudes necesarias:	Orden, memoria, organizado y perspicaz.
REQUISITOS FÍSICOS	
Esfuerzo físico necesario:	Ninguno.
Habilidades:	Manejo de entrevista laboral.
RESPONSABILIDADES IMPLÍCITAS	
Procurar que solo los mejores candidatos sean enviados a entrevistas con clientes, llevar a cabo la mejor selección basándose en herramientas administrativas de recursos humanos para la mejor selección.	
CONDICIONES DE TRABAJO	
Ambiente de trabajo:	Oficina y citas de junta o reunión con clientes.
Regularmente se involucra en sitios de entrevista como en citas con posibles clientes y prospectos, así como juntas en lugares determinados con los encargados de área para la planeación estratégica.	

<b>IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>	
Nombre de la organización:	Enlace Empresarial.
Nombre del puesto:	Jefe de ventas.
Departamento	Ventas.
Nivel jerárquico del puesto:	Jefatura.
Subordinación:	N/A.
Comunicaciones colaterales:	Administración genetal y otras jefaturas.
<b>DESCRIPCIÓN GENERAL</b>	
Se encarga de llevar a cabo la vinculación empresarial en forma directa, es decir, buscar prospectos de empresas que soliciten nuestros servicios de vinculación con candidatos.	
<b>DESCRIPCIÓN DE TALLADA</b>	
Busca llevar a cabo de venta y colocación de nuestros servicios de vinculación dentro de las principales organizaciones demandantes de talento humanos en áreas administrativas, brindando la opción de los egresados de la Facultad de Contaduría y Administración. Se lleva a cabo un seguimiento de las solicitudes, candidatos y necesidades de las organizaciones, llevando a cabo la mejor labor de venta de nuestros servicios como mejor opción de empleados.	
<b>REQUISITOS INTELECTUALES</b>	
Instrucción básica:	Licenciatura en Administración especializado en Ventas.
Experiencia:	Ventas directas.
Adaptabilidad:	En diversas áreas de las organizaciones.
Iniciativa necesaria:	Proactividad para prospectar clientes.
Aptitudes necesarias:	Labor de convencimiento.
<b>REQUISITOS FÍSICOS</b>	
Esfuerzo físico necesario:	Transportarse por la ciudad.
Habilidades:	Convencimiento y persuasión.
<b>RESPONSABILIDADES IMPLICITAS</b>	
Llevar a cabo la venta de nuestros servicios ante posibles clientes de la organización, procurando siempre el máximo interes y participación de nuestros vinculados en posibilidades reales de trabajo de su interes.	
<b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>	
Ambiente de trabajo:	Oficinas y sitios de junta o reunión con clientes.
Regularmente se involucra en sitios de entrevista como en citas con posibles clientes y prospectos, asic omo juntas en lugares determinados con los encargados de área para la planeación estratégica.	

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre de la organización:	Enlace Empresarial.
Nombre del puesto:	Jefe de Sistemas.
Departamento	Sistemas
Nivel jerárquico del puesto:	Jefatura.
Subordinación:	N/A.
Comunicaciones colaterales:	Administración genetal y otras jefaturas.
DESCRIPCIÓN GENERAL	
Se encarga de llevar a cabo todo el manejo de sistemas de información general de la organiziación, contactar, agendar y tener a la mano iformación.	
DESRIPCIÓN DE TALLADA	
El encargado de sistemas debe conocer los procedimientos y políticas de la organización y establecer programas acorde a la empresa para el logro de sus objetivos, asi mismo encaminar al cumplimiento de las mismas, buscando siempre el otimizar recursos de la organización en colaboración con las otras jefaturas.	
REQUISITOS INTELECTUALES	
Instrucción básica:	Licenciado en administración enfocado a operaciones.
Experiencia:	Teórico práctica en operaciones y sistemas.
Adaptabilidad:	A los diversos cambios en la estructura de la org.
Iniciativa necesaria:	Proactivo.
Aptitudes necesarias:	Conocimiento operativo de vinculación.
REQUISITOS FÍSICOS	
Esfuerzo físico neceasario:	Ninguno
Habilidades:	Creatividad.
RESPONSABILIDADES IMPLICITAS	
Llevar a cabo la busqueda de la mejora continua en la organización, asi como la optimización de Iso recursos con los que se cuenta, identificando áreas de oportunidad y evitando errore.	
CONDICIONES DE TRABAJO	
Ambiente de trabajo:	Oficianas de la organización.
Regularmente se involucra en sitios de entrevista como en citas con posibles clientes y prospectos, asic omo juntas en lugares determinados con los encargados de área para la planeación estratégica.	

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre de la organización:	Enlace Empresarial.
Nombre del puesto:	Encargado de servicios generales.
Departamento	Servicios genrales.
Nivel jerárquico del puesto:	Apoyo.
Subordinación:	N/A.
Comunicaciones colaterales:	Administración general y otras jefaturas.
DESCRIPCIÓN GENERAL	
Se encarga de llavar a cabo el apoyo al área de sistemas, en cuanto a compra de materiales necesarios para la vinculación.	
DESRIPCIÓN DE TALLADA	
Llevar a cabo la cotización y adquisicion de materiales necesarios para la correcta aplicación de las operaciones de la organización, bsucando una excelente comunicación con el encargado de sistemas, a fin de evaluar las mejores condiciones y situaciones de compara de equipo, funcionales y lógicas con los objetivos de la organización.	
REQUISITOS INTELECTUALES	
Instrucción básica:	Auxiliar administrativo.
Experiencia:	Teórico práctica en adquisiciones.
Adaptabilidad:	Versatilidad al cambio e innovaciones.
Iniciativa necesaria:	Proactivo.
Aptitudes necesarias:	Domino matematico y memoria.
REQUISITOS FÍSICOS	
Esfuerzo físico neceasario:	Ninguno.
Habilidades:	N/A
RESPONSABILIDADES IMPLICITAS	
Buscar siempre las mejores opciones en costo y calidad afines al logro de objetivos de la organización, reduciendo costos y maximizando utilidades.	
CONDICIONES DE TRABAJO	
Ambiente de trabajo:	Oficinas de la organización.
Directamente en oficinas y almacen de la organización.	

#### IV. Formato de solicitud de requisición de personal.

Nombre del Puesto:

Clave:

Fecha a partir de la cual queda vacante:

Jefe inmediato:

Ubicación física:

Tipo de Contrato:

Escolaridad:

Género:

Experiencia  
Laboral:

Horario a cubrir:

Idiomas:

Disponibilidad para viajar:

Edad:

Conocimientos:

Requisitos  
específicos: