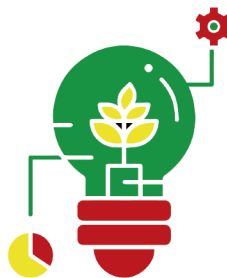


UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES



REVISTA DE INVESTIGACIÓN

2023



REVINUCC

Revista de Investigación
Universidad de Ciencias Comerciales

Vol. 2, No. 1, Enero - Junio, 2023

Información General

La Universidad de Ciencias Comerciales presenta al lector el segundo número de la Revista de Investigación UCC (REVINUCC) del año 2023, cuyo objetivo principal es la difusión de los resultados del proceso de investigación que los estudiantes, docentes e investigadores en sus esfuerzos y sus capacidades de trabajo en equipo han concluido.

Esta publicación tendrá una periodicidad semestral y está dirigida a investigadores, coordinadores de carrera, profesores, estudiantes, consultores nacionales e internacionales que tengan el deseo y la motivación de escribir un artículo o informarse en las diferentes áreas del conocimiento.

Consejo Editorial

Director de la Revista:

Lic. Octavio Saldaña

<https://orcid.org/0000-0002-8999-0164>

Editor de Sección:

Dra. Fabiola Somarriba

<https://orcid.org/0000-0002-0506-675X>

Editor Asociado:

Lic. Vanessa Laguna

<https://orcid.org/0000-0003-4918-8764>

Editor Académico:

MSc. Constantino Portocarrero

<https://orcid.org/0000-0001-7560-9839>

Editor Técnico:

Lic. Fernando Monge

<https://orcid.org/0000-0002-1187-2379>





REVINUCC

Revista de Investigación
Universidad de Ciencias Comerciales

Editorial

Revista de Investigación
Universidad de Ciencias Comerciales



Contenido

Consejo de Colaboradores

Soporte Técnico:

Ing. Lester Salgado

Diseño Gráfico y Diagramación:

Adg. Walter Ruiz Avendaño

Impresión:

Lic. Jimmy Álvarez

Toda Correspondencia enviarla a:
 Universidad de Ciencias Comerciales (UCC)
 Frente al Polideportivo España, Managua
 Tel.: 2277 – 1931
 Email: ucc@ucc.edu.ni
 Página Web: <https://ucc.edu.ni>



Todos los materiales redactados en la Revista pueden ser visualizados y descargados de forma libre y gratuita, sin necesidad de registro o autorización previa, pero no están autorizados a modificar su contenido de ninguna manera ni a utilizarlo para fines comerciales, si remezcla, transforma o crea a partir del material, debe distribuir su contribución bajo la misma licencia del original.

Sección Editorial.....Pag, 3

Sección Artículos.....Pag, 6

Elementos del servicio que influyen en la satisfacción del cliente para el posicionamiento de la empresa Yota, Matagalpa, II semestre 2023.....**Pag, 7**

“Estudio de las estrategias administrativas y sanitarias ante la crisis por Covid-19 en las empresas Yazaki Corporation y Cukra Industrial S.A, de la ciudad de León en el período comprendido de Julio a Diciembre del 2022”
**Pag, 14**

Propuesta prototipo de planta de producción con tecnología verticrop como alternativa a la producción tradicional en Nicaragua.....**Pag, 31**

Publicidad visual de vallas de la empresa Sinsa del km. 7 al km. 10 carretera a Masaya, en el último cuatrimestre del año 2022.....**Pag, 44**

Evaluación de buenas prácticas acuícolas de determinadas granjas camaroneras en el departamento de Chinandega, en el período de julio a diciembre del año 2022.....
**Pag, 53**

Los conflictos en la comunidad indígena de Matagalpa en el segundo cuatrimestre del año 2022
**Pag, 64**

Sección Ensayos.....Pag, 78

Sección Educación.....Pag, 89

Sección Informaciones.....Pag, 106

SECCIONES

01 | Sección Editorial

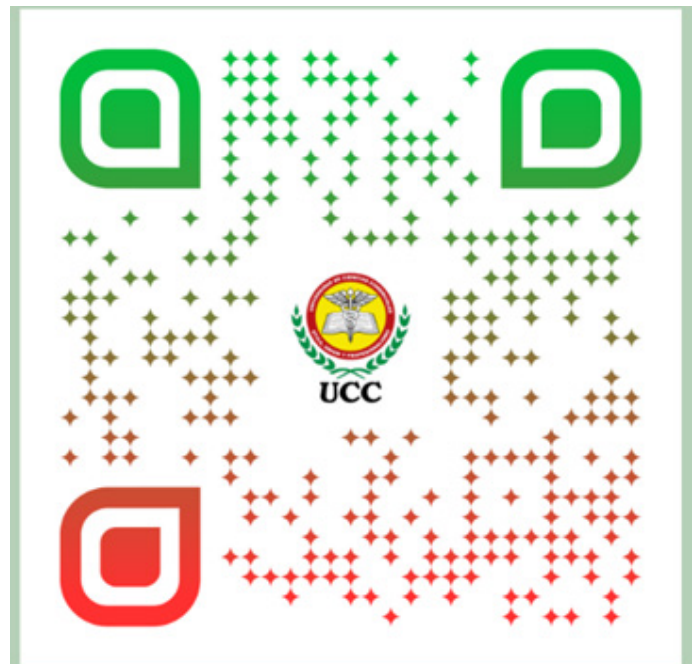
02 | Sección Artículos

03 | Sección Ensayos

04 | Sección
Emprendimiento

05 | Sección Educación

06 | Sección
Informaciones





REVINUCC

Revista de Investigación
Universidad de Ciencias Comerciales

Artículos

Revista de Investigación
Universidad de Ciencias Comerciales



ELEMENTOS DEL SERVICIO QUE INFLUYEN EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA YOTA, MATAGALPA, II SEMESTRE 2023.

ELEMENTS OF THE SERVICE THAT INFLUENCE CUSTOMER SATISFACTION FOR THE POSITIONING OF THE COMPANY YOTA, MATAGALPA, II SEMESTER 2023.



Rodrigo José López Sánchez

Licenciado en Administración de Empresas, UCC, Nicaragua.

rodrigo.lopez@ucc.edu.ni

RESUMEN:

En la presente investigación se determinaron aquellos elementos que influyen en la satisfacción del cliente para el posicionamiento de la empresa YOTA del municipio de Matagalpa. El estudio se realizó a través de la aplicación de encuestas de manera Online conformado por 238 usuarios residenciales de YOTA y de la aplicación de una entrevista a la gerente de ventas de la zona norte para YOTA Nicaragua. Las variables estudiadas fueron aquellos elementos de la satisfacción y el posicionamiento de la empresa, siendo de alcance explicativo y de enfoque que es de tipo cuantitativa. El estudio fue elaborado en base a una muestra no probabilística que permitió seleccionar a usuarios de YOTA que cooperan compartiendo sus opiniones, es por eso que se eligió investigar en el municipio de Matagalpa los residentes en el casco urbano que son usuarios actuales de YOTA. Con la información analizada se elaboraron las pertinentes recomendaciones de estudio que ayuden a la marca a comprender mejor quienes son sus usuarios y como se sienten con respecto a los servicios brindados, en donde se refleja que más del 60% de los usuarios consideran que YOTA les brinda un buen servicio y están dispuestos a renovar sus contratos, además influyen en promover la información con familiares y amigos.

PALABRAS CLAVES:

Satisfacción, Cliente, Usuario, Posicionamiento, Marketing.

ABSTRACT:

In the present investigation, were determined those elements that influence customer satisfaction for the positioning of the company YOTA in the municipality of Matagalpa. The study was carried out through the application of online surveys made up of 238 residential users of YOTA and the application of an interview with the sales manager of the northern zone for YOTA Nicaragua. The variables studied were those elements of satisfaction and positioning of the company, being explanatory in scope and approach that is quantitative. The study was elaborated based on a non-probabilistic sample that allowed selecting YOTA users who cooperate by sharing their opinions, that is why it was chosen to investigate in the municipality of Matagalpa the residents in the urban area who are current users of YOTA. With the information analyzed, the pertinent study recommendations were developed to help the brand better understand who its users are and how they feel about the services provided, where it is reflected that more than 60% of users consider that YOTA provides them with a Very Good Service and are willing to renew their contracts, they also influence promoting information with family and friends.

KEYWORDS:

Satisfaction, Client, User, Positioning, Marketing.

INTRODUCCIÓN

En la década de los noventa las empresas prestaron mayor atención a sus clientes y con el paso del tiempo se han convertido en el objetivo principal; debido a que cada día son más exigentes; sus expectativas y necesidades cambiantes es la primera tarea de las organizaciones de servicio en la actualidad.

Lo ideal para una empresa es que tenga la satisfacción del cliente como objetivo ya que es un requisito para mejorar la rentabilidad, servicios, posicionarse en la mente de los consumidores y captar nuevos clientes.

La empresa de telecomunicaciones YOTA es conocida en el municipio de Matagalpa por prestar servicios de internet.

El documento contiene capítulos: en el primer capítulo se hace el Planteamiento de la investigación, razón por la cual se elaboró un documento investigativo. El documento tiene como objetivo identificar y analizar aquellos elementos que influyen en la satisfacción del cliente que posterior se plantea propuestas para la empresa YOTA en base a la información recopilada en todo el documento.

El segundo capítulo del documento contiene el Marco Referencial, aquí se encuentra la base teórica que sustenta términos del tema abordado. Los principales conceptos a utilizar es Satisfacción que según como lo define la RAE es “Acción y efecto de satisfacer o satisfacerse” y como un segundo concepto “Cumplimiento del deseo o gusto” (Real Academia Española, 2021).

La empresa YOTA busca como cumplir deseos o gustos, de los clientes o usuarios, logrando así que estén satisfechos de los servicios brindados. Otro principal concepto es Usuario; aunque el tema a abordar en el marketing se conoce como Satisfacción del Cliente, lo cierto es que en el mundo de las telecomunicaciones también se utiliza la palabra usuario para referirse, según cómo define la RAE “Dicho de una persona: Que tiene derecho de usar una cosa ajena con cierta limitación” (Real Academia Española, 2021). Todos estos principales conceptos como otros más técnicos fueron obtenidos de libros y trabajos, algunos universitarios, que fueron anteriormente realizados por académicos en la misma área de estudio.

El tercer capítulo del documento contiene el diseño metodológico, en donde explica que el tipo de estudio de la investigación es no experimental con alcance explicativo y un enfoque cuantitativo con elementos cualitativos de tiempo transversal. Con técnicas e instrumentos de recolección de datos como la encuesta y la entrevista para después proceder al análisis de datos estadísticos para su posterior comprensión.

En el cuarto capítulo Análisis de Resultados contiene toda la información procesada y analizada de los datos recopilados por medio de encuestas y entrevistas que permiten tener una comprensión clara y real de aquellos elementos que influyen en la satisfacción de los clientes de YOTA. Este capítulo mejora la comprensión de los investigadores para la generación de conclusiones y posteriores recomendaciones.

METODOLOGÍA

El tipo de investigación aplicada fue no experimental debido a que los investigadores solo se basaron en categorías, conceptos, variables o contexto sin intervenir directamente. Recolectando fenómenos y acontecimientos tal y como se dieron en el contexto natural, posteriormente fueron analizados. Para esta investigación se realizaron encuestas a los clientes de YOTA, los datos obtenidos posteriormente se analizaron estadísticamente. También contiene elementos cualitativos ya que describen y se caracterizan los elementos, que influyen en la satisfacción del cliente. Todos los datos fueron recopilados durante el II semestre del año 2022 en el municipio de Matagalpa. Por medio del muestreo no probabilístico se seleccionaron un grupo de la población los cuales se les realizaron encuestas a 238 usuarios residenciales.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Se realizaron preguntas con el fin de entender la percepción que los usuarios residenciales tienen de las acciones que YOTA emplea. Una de las primeras interrogantes que se planteó es qué si les resulta familiar el nombre de YOTA a lo cual el 98.7% de los encuestados respondieron que si les resultaba familiar y tan solo el 1.3% no les resulta familiar. Para 60.5% los colaboradores de la marca YOTA ha entendido a la perfección sus necesidades, un porcentaje de la mitad de los usuarios residenciales encuestados. Seguido

por el 20.9% que no sienten que YOTA les haya dado un buen trato, pero tampoco significa que no le entendieran para nada, simplemente YOTA les ha representado como una marca que les brinda internet. El 17.6% considera que se le ha entendido de manera justa sus necesidades. Y el 1.3% considera que no entendió lo que a ellos en particular necesitaban. A pesar de estos números, no hubo usuarios que consideren que YOTA no les entendieran. La expectativa del servicio se trata de llenar las necesidades del usuario, es sumamente importante ya que de los usuarios depende el éxito del negocio, la fidelización de los mismos y hasta la recomendación a otros consumidores. Existe un balance en la cantidad de usuarios que votaron en la escala, siendo similar la cantidad de votos en la calificación que encasilla a los elementos, como referencia se observa que la calificación Muy Buena obtuvo la misma cantidad en las diferentes áreas un rango aproximado de 71 a 80 votos. El resultado obtenido fue que el 65 de los votos en la escala de 1 al 7 son usuarios detractores, ósea, son usuarios que no están dispuestos a recomendar el servicio lo que puede significar que son la cantidad de usuarios que no se encuentran satisfechos y que no recomendarían algo que a ellos no les cumple con sus expectativas. De la escala de 8 al 9 se obtuvo 53 votos, indicando que son personas que recomendarían los servicios a menos que fuese necesario por lo que no se encuentran insatisfechas, pero tampoco existe una satisfacción que sobrepase sus expectativas. Por último, en la escala 10 recibió 120 votos, a estos usuarios se les llama promotores, usuarios satisfechos con el servicio y que además ayudan a influenciar positivamente la imagen de la marca. La mayoría de las personas que se

enteraron de YOTA fue por medio de Facebook correspondiendo al 58%, las tres más fuertes que le siguen son 34.9% por la recomendación de un amigo o familiar, tal como en la pregunta Net Promoter Score vimos que un gran porcentaje de usuarios estarían dispuestos a recomendar los servicios, el 29% por medio de un agente de venta y el 27.7% por medio de publicidad física en las calles como pancartas, banners, entre otras. En el mercado existe un enorme posicionamiento de la marca CLARO, ya que el 69.3% afirman es la empresa que más se publicita, lo cierto es que CLARO mantiene un mejor posicionamiento y posee estrategias más sólidas y concretas para llegarle a más personas dentro del territorio, con una clara ventaja de años que se encuentra presente en el país, TIGO es la segunda marca con mayor presencia publicitaria ya que según el 23.5% de los usuarios consideran que han visto más anuncios por parte de TIGO y YOTA se coloca dentro del 7.1% de los encuestados que han visto anuncios en su mayoría de la marca YOTA. A los usuarios actuales de YOTA respondieron que los anuncios que más les llama la atención son: 52.1% los anuncios de CLARO, 16% de TIGO y el 3.9% los de YOTA.

Después del análisis de las respuestas obtenidas de las encuestas se propone:

Planificar pautas y procedimientos a seguir para brindar una mejor atención al cliente, con el fin que los colaboradores respondan a la consulta de los clientes; además, que tengan idea de cómo proceder.

El 76% de los usuarios consideran que el mensaje que le transmite YOTA es tecnología, se puede

utilizar el concepto para crear publicidad.

Realizar seguimiento de los usuarios que califican como “Mala, Regular o Neutro” los servicios de YOTA para escuchar los contratiempos que han tenido con la empresa.

YOTA necesita seguir promoviendo sus servicios, manteniendo la inversión en publicidad de Facebook, agregando publicidad en Google y en la televisión local, aumentar la publicidad física en las calles y sus agentes de ventas pueden llegar a más lugares con la idea de mejorar su visibilidad dentro de la ciudad.

CONCLUSIONES

YOTA utiliza elementos tradicionales para influir la satisfacción de sus clientes para el posicionamiento en el municipio de Matagalpa, casco urbano.

- Ofreciendo precios en un rango que compite con la competencia a su vez que oferta un buen servicio.
- Se califican los servicios de YOTA como Muy Buenos, en las diferentes áreas de la empresa.
- Con una excelente calidad en sus módems.
- Con el trato amable del personal genera la sensación de que YOTA, a su vez los usuarios estarán dispuestos a renovar contrato.
- La forma en que se da a conocer YOTA es de manera tradicional con un gran porcentaje entre agentes de ventas y la recomendación de un familiar o amigo.

YOTA implementa estrategias que generan un mejor posicionamiento en los usuarios, pero estas se ven contrastadas con los esfuerzos que

realizan marcas competidoras que ya tienen más tiempo asentadas en el país con un catálogo un poco más amplio aparte de solo internet y con una enorme presencia publicitaria online y offline.

Como propuesta YOTA puede considerar:

- Realizar más campañas publicitarias vía redes sociales con el fin de interesar y atraer nuevos usuarios de manera que haga frente a la competencia que tiene una vasta presencia en redes sociales impactando en la perspectiva de potenciales usuarios.
- YOTA debería considerar el difundir más información acerca de los beneficios para los usuarios, ya sea con sus agentes de venta al momento de contratar servicios o por medio de estrategias en redes sociales.

Los elementos del servicio de YOTA si influyen en la satisfacción del cliente, impactando de manera positiva o negativa, por lo que se afirma la hipótesis planteada.

RECONOCIMIENTOS O AGRADECIMIENTOS

Se le agradece a la administración de YOTA del municipio de Matagalpa por permitir la ejecución de este trabajo investigativo. También se le agradece al conjunto de académicos que dieron un seguimiento de la investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). Fundamentos de Marketing. México D.F: Pearson Education.

Becerra, J., Serralde, J., Ramírez, A., & Acosta, E. (16 de Mayo de 2022). Factores que cuantifican la

percepción de calidad en el servicio al. Obtenido de SciELO: <https://www.scielo.org.mx/pdf/cuat/v16n2/2007-7858-cuat-16-02-73.pdf>

Hernández, R. (2014). Metodología de la Investigación. Ciudad de México: Mc Graw Hill Education.

Herrán, J. (28 de Diciembre de 2004). Medición y Control del Nivel de Satisfacción de los Clientes de una Discoteca. Obtenido de Repositorio Institucional PIRHUA: https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1205/ING_423.pdf?sequence=1

Martínez, L., & Centeno, T. (Febrero de 2013). Calidad en el Servicio al Cliente de las empresas comerciales y de servicios en la ciudad de Matagalpa durante el año 2012. Obtenido de Repositorio UNAN: <https://repositorio.unan.edu.ni/6247/1/6289.pdf>

Martínez, M., & Pérez, M. (Marzo de 2016). Instrumentos de Mercadeo de Servicio para lograr la captación de nuevos clientes proporcionandoles valor, satisfacción, retención y fidelización. Obtenido de Repositorio UNAN: <https://repositorio.unan.edu.ni/8080/1/17778.pdf>

Millones Zagal, P. (6 de Enero de 2010). Medición y Control del Nivel de Satisfacción de los Clientes en un Supermercado. Obtenido de Repositorio Institucional PIRHUA: https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1233/ING_479.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Moreno, E. (Enero de 2020). Calidad del servicio de internet y satisfacción del cliente. Obtenido de ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/339545050_Calidad_del_servicio_de_internet_y_satisfaccion_del_cliente

QuestionPro. (2022). Cuáles son los tipos de variables en una investigación. Obtenido de QuestionPro: <https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-variables-en-una-investigacion/#:~:text=Una%20variable%20de%20investigaci%C3%B3n%20o,un%20experimento%20comprobando%20los%20resultados>. Real Academia Española. (2021). Satisfacción. Obtenido de Real Academia Española: <https://dle.rae.es/satisfacci%C3%B3n>

Real Academia Española. (2021). Usuario. Obtenido de Real Academia Española: <https://dle.rae.es/usuario>

“ESTUDIO DE LAS ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS Y SANITARIAS ANTE LA CRISIS POR COVID-19 EN LAS EMPRESAS YAZAKI CORPORATION Y CUKRA INDUSTRIAL S.A, DE LA CIUDAD DE LEÓN EN EL PERÍODO COMPRENDIDO DE JULIO A DICIEMBRE DEL 2022”

“STUDY OF THE ADMINISTRATIVE AND HEALTH STRATEGIES IN THE FACE OF THE COVID-19 CRISIS IN THE COMPANIES YAZAKI CORPORATION AND CUKRA INDUSTRIAL S.A., IN THE CITY OF LEÓN IN THE PERIOD FROM JULY TO DECEMBER 2022”

Mayra del Socorro Hernández Rodríguez
Administración de Empresas. Universidad De Ciencias Comerciales,
Nicaragua.
(hernandezmayra1984@outlook.com)

Massiel Carolina García Rojas
Administración de Empresas. Universidad De Ciencias Comerciales,
Nicaragua.
(masasielcarolinagarciasrojas@gmail.com)

Steven Manuel Condega Pulido
Administración de Empresas. Universidad De Ciencias Comerciales,
Nicaragua.
(steven98condega@gmail.com)

RESUMEN:

Este artículo está elaborado para conocer cuáles son las estrategias administrativas y sanitarias ante la crisis por Covid-19 en las empresas Yazaki Corporation y Cukra Industrial S.A, de la ciudad de León en el periodo comprendido de Julio a Diciembre del 2022.

Los instrumentos utilizados para la realización de este análisis fueron encuestas, dirigidas a los operarios de estas empresas, se realizaron entrevistas dirigidas al personal administrativo. El impacto económico ocasionado por la pandemia covid 19, fue en gran parte a los altos contagios de personal a causa de la aglomeración, afectó la estimación de horas hombres, ya que la mayoría del personal se encontraban de subsidio, parte de esto lo asumía la empresa; otro factor importante que se produjo en la empresa Cukra Industrial S.A. es que hubieron momentos donde se paraba la producción, por falta de contenedores para exportar el producto, esto debido a problemas con el transporte marítimo y los altos costos por fletes, esto solo afectó a la empresa en el tiempo de entrega de los productos ya que la empresa cuenta con contratos preestablecidos, en la empresa Yazaki Corporation, también hubieron problemas técnico por tres meses, esto debido a la falta de materia prima por cierre de fronteras, se llegó a la conclusión que las empresas antes mencionadas implementaron estrategias administrativas y sanitarias, para proteger la salud de sus colaboradores y mantenerse en el mercado, aun teniendo tantas dificultades a las que enfrentarse, pero han sido tan efectivas que hasta el día de hoy están preparados por

algún rebrote u otro tipo de pandemia, todos los encuestados concuerdan que las estrategias que las empresa utilizaron funcionaron y han sido las mejores, el 100%, asegura que estas empresas están preparadas para seguir funcionando, sin poner en riesgo la vida de sus colaboradores.

PALABRAS CLAVES:

Pandemia, crisis sanitaria, estrategias administrativas, estrategias sanitarias.

ABSTRACT:

This article was prepared to learn about the administrative and sanitary strategies to face the Covid-19 crisis in the companies Yazaki Corporation and Cukra Industrial S.A., in the city of Leon during the period from July to December 2022.

The instruments used for this analysis were surveys, directed to the operators of these companies, interviews were conducted with administrative personnel. The economic impact caused by the pandemic Covid 19, was largely due to the high number of personnel infections due to the agglomeration, affected the estimation of man hours, since most of the staff were on subsidy, part of this was assumed by the company; another important factor that occurred in the company Cukra Industrial S.A. is that there were times when the company had to stop working due to the pandemic. Another important factor that occurred in the company Cukra Industrial S.A. is that there were times when production was stopped due to lack of containers to export the product, this due

to problems with maritime transportation and high freight costs, this only affected the company in the delivery time of the products since the company has pre-established contracts, in the company Yazaki Corporation, there was also for technical for three months, this due to the lack of raw material by closing borders, it was concluded that the companies mentioned above implemented administrative and sanitary strategies, to protect the health of their employees and stay in the market, even having so many difficulties to face, but have been so effective that until today they are prepared for any outbreak or other pandemic, 65% of respondents tell us that the strategies that the company used worked and have been the best, 70%, says that these companies are prepared to continue operating, without risking the lives of their employees.

KEYWORDS:

pandemic, sanitary crisis, administrative strategies, sanitary strategies.

INTRODUCCIÓN

El COVID-19, calificado por la Organización Mundial de la Salud (OMS) como una pandemia, afectando a más de 100 países, ha provocado la muerte de más de 6.000.000 de personas e infectado a más de 600.000.000. (OMS, 2022)

Aunque este es un problema de índole humanitario, el COVID-19 también está afectando la economía global, lo cual se transmitirá negativamente a la actividad económica nicaragüense. FUNIDES estima que el impacto económico del COVID-19

se produciría por dos mecanismos de transmisión, externo e interno. (FUNIDES, 2020)

El PIB real creció 10,3 por ciento en 2021. Esta recuperación se puede atribuir a: (i) el consumo privado impulsado por las sólidas entradas de remesas; (ii) el consumo y la inversión pública destinados a atender los impactos de la COVID-19. La minería, la manufactura, la construcción y el comercio han sido los principales motores del crecimiento; el turismo se está recuperando lentamente. (BCN, Banco central de Nicaragua, 2021)

La presente investigación tuvo como objetivo, hacer un estudio sobre las estrategias administrativas y sanitarias ante la crisis Covid-19, implementadas en las empresas Yazaki Corporation y Cukra Industrial S.A, para hacerle frente a los efectos económicos, sanitarios ante la crisis covid-19 y mantenerse en el mercado; también se elaboró un diagnóstico organizacional integral, para determinar las consecuencias económicas provocadas por la crisis en estas empresas, e identificar a través de un análisis FODA sistémico, las principales estrategias implementadas por las empresas y mediante los resultados obtenidos proponer recomendaciones en el ámbito administrativo y sanitario, que garanticen la sostenibilidad económica de las empresas ante la crisis covid-19.

METODOLOGÍA

La metodología aplicada fue descriptiva, con un enfoque cuantitativo y de corte transversal; su análisis se basó en el resultado numérico de las

encuestas, que se aplicaron a los colaboradores operarios y entrevistas a los directivos responsables de áreas administrativas de las empresas, Yazaki Corporation y Cukra Industrial S.A, de la ciudad de León, las que fueron enfocadas en preguntas sobre las estrategias administrativas y sanitarias implementadas por la empresa. Con los datos obtenidos de dichas herramientas se realizó un diagnóstico organizacional integral, para conocer las consecuencias a nivel económico generados por la situación de pandemia, y un análisis FODA Sistémico, para determinar las principales estrategias que garantizaron la continuidad de operaciones, los colaboradores operarios y directivos de áreas administrativas de las empresas es la parte fundamental para este estudio y así lograr realizar la recopilación de datos.

Es descriptivo; porque presentó y se evaluó las características principales de los datos a través de tablas y gráficos, los cuales fueron procesados mediante el programa estadístico SPSS que después se aborda, logrando uno de los objetivos. Con los datos obtenidos de las entrevistas y encuestas, se realizó un diagnóstico organizacional integral, para conocer las consecuencias a nivel económico generados por la pandemia Covid-19 y un análisis FODA Sistémico, para determinar las principales estrategias que garantizaron la continuidad de operaciones.

Según tiempo, es de corte transversal, porque se define como un tipo de método de observación que permite analizar los datos de ciertas variables, las cuales se recopiló en un período de tiempo determinado y en la base de una población o muestra de la misma. En el caso de este estudio,

la población observada fueron los colaboradores operarios y directivos responsables de áreas administrativas que laboran para las empresas Yazaki Corporation y Cukra Industrial S.A., en un periodo establecido por el estudio, se realizó de julio a diciembre del 2022, tiempo en el cual se recopiló información por medio de los colaboradores operarios y directivos de áreas administrativas.

Área de estudio

El estudio sobre las estrategias administrativas y sanitarias implementadas en las empresas industriales Yazaki Corporation y Cukra Industrial S.A. ante la crisis Covid-19, Ubicada en la ciudad de León, Nicaragua.

Figura 1

Micro localización de la ciudad de León



Fuente: Elaborado por: Ing. Salomón Sevilla
Programa: ArcGIS Pro

Unidad de Análisis: Población

La población objeto de estudio está conformada por las áreas de producción, de la empresa Yazaki Corporation y las áreas de producción y ventas de la empresa Cukra Industrial S.A. para aplicar el estudio. Por conveniencia, debido al tamaño de las empresas y el número de colaboradores es extenso.

Para este estudio se establecerán criterios de inclusión de los actores claves:

- Personas que sean colaboradoras de tiempo completo de las empresas.
industriales en estudio de la ciudad de León y que deseen participar.
- Colaboradoras de las empresas en estudio con más de 4 años de laborar en la organización.
- Colaboradores de las áreas a estudio de la empresa.
- Personal del área administrativa vinculados a toma de decisiones relacionado al tema de la investigación.

Son criterios de exclusión para este estudio:

- Personas que laboren ocasionalmente en la empresa involucrada en esta investigación.
- Colaboradoras de las empresas en estudio con menos de 4 años de laborar en la organización.
- Personas que no deseen participar en la investigación como fuente de información primaria.

Muestra

En esta investigación la muestra fue no probabilística por conveniencia, debido al tamaño de las empresas y el número de colaboradores es extenso. En este caso fueron encuestados 10 colaboradores operarios de la empresa Yazaki Corporation y 10 colaboradores operarios de la empresa Cukra IndustrialS.A.

Tabla 1

Marco muestral entrevistados

Nombre de los entrevistados	Frecuencia	Empresa
Alejandra del Carmen Meléndez	1	Yazaki
Berman Antonio centeno	1	Yazaki
Cruz jackeline pavón Sánchez	1	Yazaki
Evenor López	1	Yazaki
Guadalupe Gutiérrez	1	Yazaki
Indira Yaoska Jimenez Lopez	1	Yazaki
Juan Ramon Hernández Ruiz	1	Yazaki
Ligia Morena urbina guido	1	Yazaki
Marbella de Jesus Torrez Namoyures	1	Yazaki
Marcia Adelayda Gutiérrez Pérez	1	Yazaki
Maria del socorro Martinez Martinez	1	Cukra
Markelis de la cruz lopez gonzalez	1	Cukra
Reyna Arauz	1	Cukra
Reyna Isabel pozo	1	Cukra
Roderick Osejo Castillo	1	Cukra
Rosa del carmen Lopez	1	Cukra
Rosalinda Vasquez vargas	1	Cukra
Ruth nohemi Munguia Martinez	1	Cukra
Victor Maravilla	1	Cukra
Yamileth silvia	1	Cukra

Fuente: Elaboración Propia.

Tipo de muestreo no probabilístico.

El tipo de muestreo es “no probabilístico”, Subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no probabilísticos no depende de la probabilidad, sino de las causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador

Muestreo por conveniencia:

Consiste en seleccionar una muestra de la población por el hecho de que sea accesible. Es decir, los individuos empleados en la investigación se seleccionan porque están fácilmente disponibles, no porque hayan sido seleccionados mediante un criterio estadístico.

Método e instrumento de recolección de datos:

Como instrumentos de recolección de datos, se apoyó de una encuesta que contiene preguntas cerradas y semiabiertas, estructurada por 10 preguntas, la cual se aplicó a 10 colaboradores operarios de la empresa Yazaki Corporation y a 10 colaboradores operarios de la empresa Cukra Industrial S.A., de igual forma, se realizó una entrevista con 9 preguntas estructuradas abiertas a 2 encargados de áreas administrativas de cada empresa, de esta forma tener una perspectiva más amplia sobre las acciones implementadas con el surgimiento de la pandemia.

Fuentes de Información

Primarias

Son aquellas que nos dan una información nueva u original, que no ha sido recogida o recopilada de antemano. Principalmente se trata de la información que se incluye en monografías o publicaciones seriadas (libros y revistas), y sus partes, como los capítulos, artículos, etc. De ellas obtenemos directamente la información.

Para la recopilación de la base de datos cuantitativos, se aplicó una encuesta a 10 colaboradores operarios y una entrevista a 2 directivos de áreas administrativas de las empresas Yazaki

Corporation y Cukra Industrial S.A., con la finalidad de recopilar información, sobre el conocimiento y aplicación de las estrategias administrativas y sanitarias implementadas por las empresas e identificar las consecuencias económicas de las empresas por efectos Covid-19.

Secundarias

Son aquellas que, por el contrario, no tienen como objetivo principal ofrecer información sino indicar qué fuente o documento nos la puede proporcionar, es decir, nos facilitan la localización e identificación de los documentos. No contienen información acabada, siempre remiten a documentos primarios. Son bibliografías, catálogos, bases de datos, etc. (Stein, 1982)

Procesamiento y plan de análisis

Una vez que los datos se han codificado, transferido a una matriz, guardado en un archivo y "limpiado" los errores, el investigador procede a analizarlos. El análisis de los datos se efectúa sobre la matriz de datos utilizando un programa computacional. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014)

A través de la información obtenida por los instrumentos de recolección de datos se procede a la gestión y análisis de la información mediante el programa Microsoft office y la plataforma de software estadístico SPSS (Paquete estadístico para ciencia social).

Confiabilidad y Validez del Instrumento

En esta investigación se utilizó un coeficiente llamado Alfa Cronbach, para saber cuál es la fiabilidad del instrumento de recolección de datos, que en este caso fue una encuesta de preguntas cerradas y semiabiertas implementada a 10 colaboradores operarios y una entrevista a 2 directivos de áreas administrativas de las empresas Yazaki Corporation y Cukra Industrial S.A., elaborando el análisis con la ayuda del programa SPSS, para la obtención de datos que nos permitan comprender la situación.

Tabla 2

Alfa de Cronbach Resultado

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.731	9

Fuente: Elaboración de autores

Dado que el resultado del Alfa de Cronbach en 0.731, se confirma que la consistencia interna de esta encuesta es confiable.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este apartado se presentan los resultados obtenidos a partir de la entrevista y encuesta aplicada y su respectivo análisis.

Resultados de la entrevista aplicada:

1. ¿Cuáles fueron sus principales preocupaciones durante la pandemia COVID-19?

- Contagiarme, y la falta de trabajo mermó, mis ingresos y un poco el temor de que mis padres enfermaran ya que son un poco mayores.
- Mayores contagios masivos por aglomeración de personas.

Enfermarme de Covid.

- Morir, a causa de los altos contagios.

De acuerdo a la opinión de los investigadores se concluye que la principal preocupación es el contagio y la muerte, despidos y pago de ingreso al cien por ciento.

2. ¿Qué acciones desarrolló usted dentro de la empresa desde el punto de vista administrativo?

- Influir en los trabajadores para que usarán siempre y de forma correcta la mascarilla, ya que era el medio para prevenir o mitigar contagiarse

- Uso de mascarillas, lentes, alcohol, distancia a 2 metros entre persona.

- Colaboración con todas las políticas que implementadas por la empresa.
- Acatar todas las nuevas Políticas

Según los entrevistados, las acciones desarrolladas dentro de la empresa desde el punto de vista administrativo fue concientizar a los

colaboradores el uso de los equipos de protección Covid, como son las mascarillas, lentes, alcohol, distanciamiento social, uso de con sensores, colaboración con las políticas y protocolos implementados por las empresas.

3. ¿Qué rol jugó dentro de la empresa desde el punto de vista sanitario?

- Uso de alcohol, mascarillas, lavado de manos frecuentemente
- Ver se cumplieran las medidas de seguridad que nos brindaba la empresa
- Supervisar la aplicación de las nuevas políticas
- Colaboración a los nuevos protocolos.

Respecto a las respuestas de los entrevistados, el rol aplicado dentro de la empresa desde el punto de vista sanitario fue la aplicación de nuevos protocolos y como medidas fue el uso del alcohol, mascarillas, lavado de manos, concienciación a través de las pantallas, todas las reglas aplicadas, de la misma manera supervisar si se cumplían todas estas nuevas políticas o medidas implementadas por la empresa.

4. ¿Qué riesgos sanitarios ocasionó a la empresa la pandemia de Covid-19?

- Contagio masivo por aglomeración de personas
- El contagio y pérdida de turno
- Inasistencias de los colaboradores
- Problemas de salud como infecciones

De acuerdo con los entrevistados, los riesgos sanitarios ocasionados a la empresa por pandemia Covid, fue contagio masivo por aglomeración de los colaboradores ya que son empresas con numeroso personal, en otro caso fue las inasistencias, por parte de los colaboradores y problemas de salud como infecciones.

5. ¿Qué problemas tuvo la empresa desde la gestión de recursos humanos?

- La empresa se organizó bastante bien y enviaban a descansar al colaborador positivo a Covid el tiempo que fuera necesario para mitigar los contagios.
- Aplicar reglamento interno al que faltara a las medidas de seguridad
- Los colaboradores no reportaban sus casos de Covid-19
- Personal de subsidio

Según respuestas de los entrevistados, la empresa desde la gestión de recursos humanos tuvo problemas en algunos casos como: no reportaban que estaban contagiados por Covid o se sentían mal y no implementaban bien los nuevos protocolos de bioseguridad, para evitar más contagios, por otro lado la empresa se organizó muy bien en el caso de mitigar más contagios, tomaron las medidas de enviar a casa a los colaboradores que daban positivo a Covid el tiempo necesario y al regresar se realizaban exámenes Covid y así

asegurarse que estaban fuera de peligro, además aplicaban reglamento interno al que faltara a las nuevas medidas de bioseguridad. De igual forma hubo paro técnico por motivos de falta de materia prima, esto debido al cierre de fronteras.

6. ¿Cuáles son las pérdidas que generaron a la empresa el Covid-19?

- Monetarios principalmente ya que pagaban la mitad del salario de todos los trabajadores durante la crisis de la epidemia
- No se realizaban las entregas de productos en tiempo y forma por los subsidios del personal contagiado.
- Horas /Hombres
- Falta de personal

De acuerdo a las repuestas de los entrevistados, las pérdidas que generaron a la empresa ante la crisis fueron horas hombres por falta de personal ya que muchos se encontraban de subsidio. Monetarios, esto debido a que a veces paraba la producción, por falta de contenedores para exportar el producto y a los altos costos por fletes, se tuvo que tomar la decisión en esa ocasión de dejar solo un turno, y parte del personal se enviaba de vacaciones, de igual manera hubo paro técnico por falta de materia prima.

7. ¿Desde el punto de vista de bioseguridad, considera usted que las medidas implementadas por la empresa fueron las correctas en el control de la enfermedad?

- No tan seguro que fueron las correctas, pero si necesarias, para evitar un poco el contagio.
- Las medidas implementadas fueron las correctas
- Los protocolos de bioseguridad si fueron muy buenas.

Las políticas implementadas fueron las correctas. De acuerdo con las respuestas de los entrevistados, consideran que las medidas implementadas por la empresa fueron las correctas para mitigar los contagios, seguida de la capacitación y concientización al personal con respecto a la situación, sobre las jornadas de trabajos recortadas para los trabajadores, esto como estrategia administrativa para evitar recurrir al recorte de, aunque también opinaron que la empresa pudo haber implementado medidas más necesarias para beneficio del trabajador tanto monetario como en salud.

8. ¿Cómo asumieron los colaboradores las medidas tomadas por la empresa ante la crisis sanitaria?

- De la mejor manera posible, la empresa acordó pagar mitad de salario a todos sus colaboradores, pese a que algunos estuvieron en desacuerdo.
- Con responsabilidad y respeto

- Muy bien, siguiendo todos los procedimientos de protocolo de bioseguridad.
- Excelente cumpliendo con todas las políticas de seguridad.

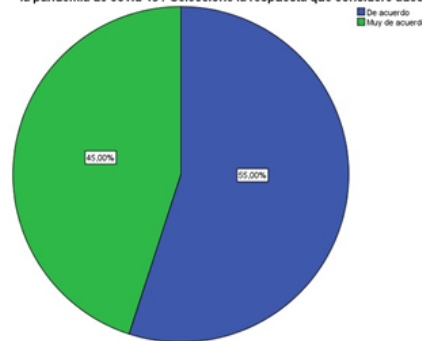
Respecto a las respuestas de los entrevistados, la empresa implementó las mejores medidas de bioseguridad y administrativas, en el aspecto monetario referente a los pagos a sus trabajadores que en este caso fue un acuerdo tripartito suscrito en el marco de la pandemia del coronavirus, donde se le pagó la mitad de su salario a los colaboradores, algunos no estuvieron de acuerdo con esa nueva implementación, y otros opinaron que si tomaron muy bien las medidas implementadas por la empresa ya que en otras empresas recibieron su salario 100%, además que si tenían 3 días de subsidio el trabajador no le afectaba respecto con su pago

9. ¿Considera usted que la crisis sanitaria del COVID 19 ha sido superada?

- Si, ya que no hay contagios y estamos trabajando de manera normal y nuestro salario lo recibimos al 100%.
- Sí, porque ya los contagios Covid son más leves debido a la administración de las vacunas y los protocolos implementados que se les da seguimiento.
- No, porque todavía hay personas

Figura 2

1- ¿Considera que la empresa donde usted labora ha sufrido algún cambio por la pandemia de covid-19? Seleccione la respuesta que considere adecuada.



Fuente: Elaboración propia

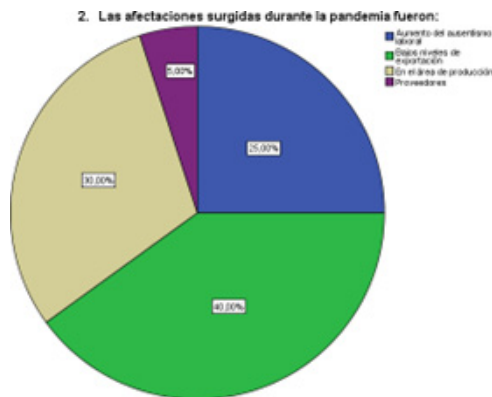
Según los entrevistados de las empresas, la pandemia Covid 19, para 2 entrevistados ha sido superada ya que se está trabajando de forma normal y recibiendo al 100% el salario mensual, los contagios son más leves y los días perdidos son menos, esto debido a la administración de vacunas y los protocolos implementados se les da seguimiento. Para los otros 2 la pandemia Covid aún no ha sido superada, siempre hay que dar seguimiento a todas las medidas de bioseguridad implementadas por la empresa. Ya que todavía hay contagios leves por Covid y pérdida de horas hombres debido a los días de subsidios. industrias, ya que luego del análisis de los factores que conforman esta herramienta de diagnóstico se identificaron grandes similitudes desde el punto de vista administrativo y en relación con el tema motivo de esta investigación. Según los datos obtenidos, de los colaboradores de las 2 empresas, a las cuales se les aplicó las

encuestas, consideran que a raíz de la pandemia surgieron cambios en su centro de labores, un 55% respondieron estar de acuerdo y un 45% muy de acuerdo.

Debido al surgimiento del virus covid-19, las empresas tuvieron que aplicar medidas para la protección a sus trabajadores y áreas de trabajo.

Figura 3

Afectaciones durante la pandemia



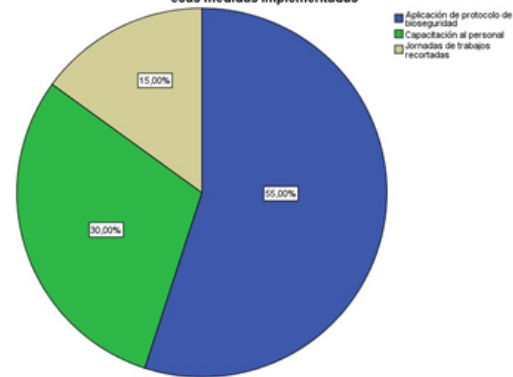
Fuente: Elaboración propia

El 40% de los encuestados, coincidieron que la mayor afectación surgida por la pandemia es en la parte de las exportaciones, las cuales se vieron afectadas por los altos aranceles por fletes, esto, conlleva a que los almacenes de las empresas estuvieran saturados de mercancía, también por falta de contenedores para exportar el productos, debido a problemas de transporte marítimo, por ende un 30% respondió que afectó el área de producción, a tal punto que por ciertos periodos se detuvo a consecuencia de esta situación enfrentada, un 25% respondió que otro factor importante que perjudicó la empresa fue es el

ausentismo de los colaboradores en la empresa, esto a causa de los subsidios provocados por el alta cifra de contagios. En cuanto a los acuerdos con los proveedores, fue afectado en un 5% y no representó un problema significativo durante la crisis sanitaria.

Figura 4

4. Si su respuesta fue positiva a la pregunta anterior, seleccione cuáles fueron esas medidas implementadas

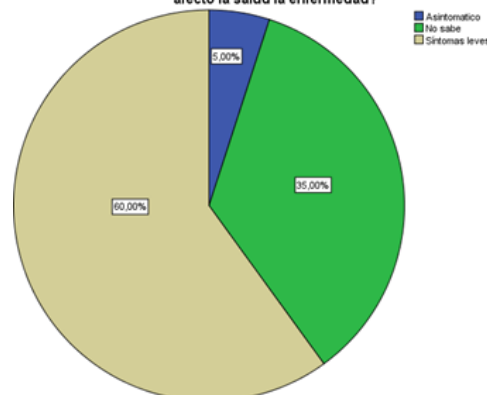


Fuente: Elaboración propia

El 100% de los encuestados, concuerdan que la empresa donde laboran tomó medidas ante la situación surgida por el covid-19; un 60% considera que las medidas fueron tomadas muy frecuentemente en la empresa, con el objetivo de mitigar los efectos de la.

Figura 5

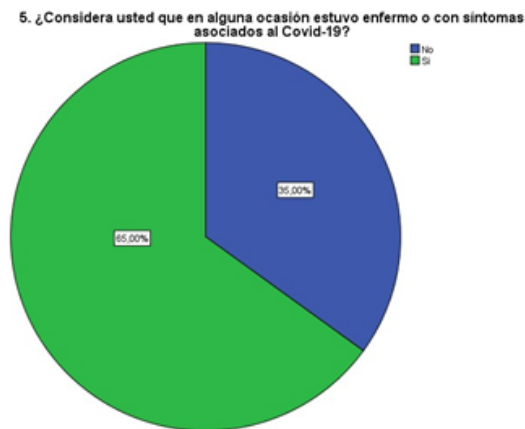
6. Si la respuesta a la pregunta anterior es positiva, indique, ¿en qué grado le afectó la salud la enfermedad?



Fuente: Elaboración propia

Del 65% que consideran haber estado contagiados, un 60% indica haber tenido síntomas leves, el otro 5% asegura haber estado contagiado, pero de forma asintomática, el 35% contestó que no están seguros de haber estado infectados, ya que no presentaron síntomas asociados con la enfermedad.

Figura 6
Cuáles fueron esas medidas

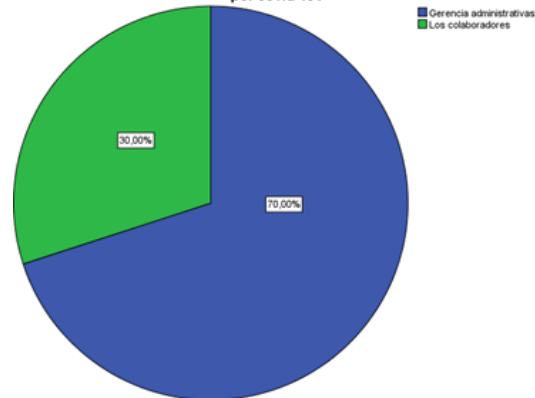


Fuente: Elaboración propia

Un 65% de los colaboradores encuestados, asegura haber estado contagiado por el virus en alguna ocasión, mientras que un 35% de ellos no están seguros de haber estado contagiados ya que no presentaron ningún síntoma, esto es muy importante ya que, una persona puede estar contagiada con covid-19 y no presentar ningún síntoma, y si no se aísla representa una fuente de contagio, factor el cual hace de este virus muy fácil de expansión.

Figura 7

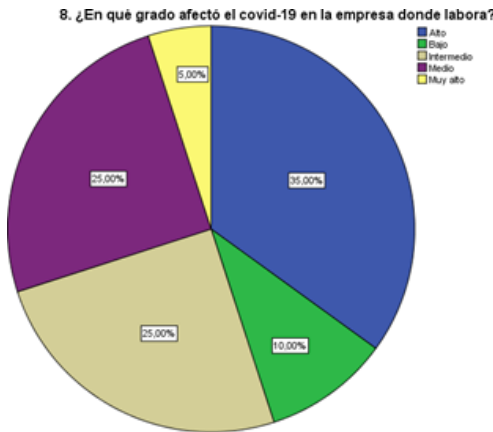
7. ¿Diga qué medios utilizó la empresa para informar los cambios ante la crisis por covid-19?



Fuente: Elaboración propia

Con respecto a los cambios que se realizaron dentro de la empresa, para mitigar los efectos de la pandemia, fueron comunicados por la gerencia administrativa, un 70% fue informado por medio de los respectivos jefes, mientras que un 30% se enteró por medio de sus compañeros de trabajo. Es importante que la empresa comunique a sus colaboradores sobre los cambios que se realizan dentro de ella.

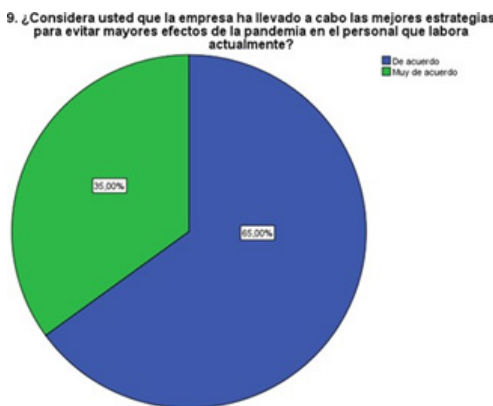
Figura 8



Fuente: Elaboración propia

Según los encuestados, el 50% consideran que el nivel de afección a nivel general de la crisis por covid-19 fue intermedio, el 35% piensa que fue alto y un 10% opina que las consecuencias para la empresa fueron bajas, esto puede estar relacionado a las medidas puestas en marcha, con el objetivo de precisamente amortiguar los efectos de la pandemia para la empresa y los colaboradores.

Figura 9



Fuente: Elaboración propia

El 100% de los colaboradores concuerdan que la empresa si tomó las mejores estrategias

administrativas y sanitarias ante la pandemia, para evitar que las consecuencias de la crisis fueran más graves. Estas fueron muy exitosas para la continuidad de las empresas en estudio.

Figura 10



Fuente: Elaboración propia

En esta pregunta, se les dio a los encuestados la opción de mencionar las estrategias que consideran que llevaron a la empresa poder superar la crisis vivida, y muchos coincidieron en el cumplimiento de las medidas de bioseguridad, para evitar los contagios, entre estas el uso de mascarillas, alcohol gel, lavado de manos y distanciamiento social; para poder conocer estos protocolos llevados a cabo, se realizaron capacitaciones para informar el adecuado uso y cumplimiento de estos; también se promovió la aplicación de las vacunas para la inmunización contra el covid-19.

Figura 11

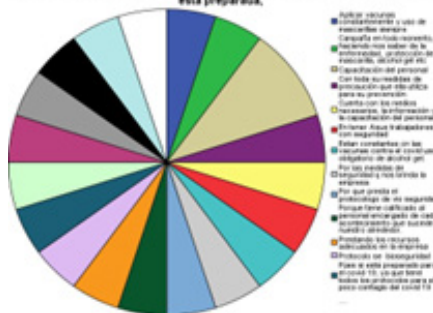


Fuente: Elaboración propia

Debido al exitoso resurgimiento de estas empresas ante la pandemia, el 100% de los colaboradores contestaron estar de acuerdo, en que la empresa donde laboran está preparada para seguir operando aun existiendo el covid-19 o alguna crisis de las mismas características que pueda surgir.

Figura 12

En caso de ser la respuesta positiva, mencionó las formas en que la empresa está preparada.



Fuente: Elaboración propia

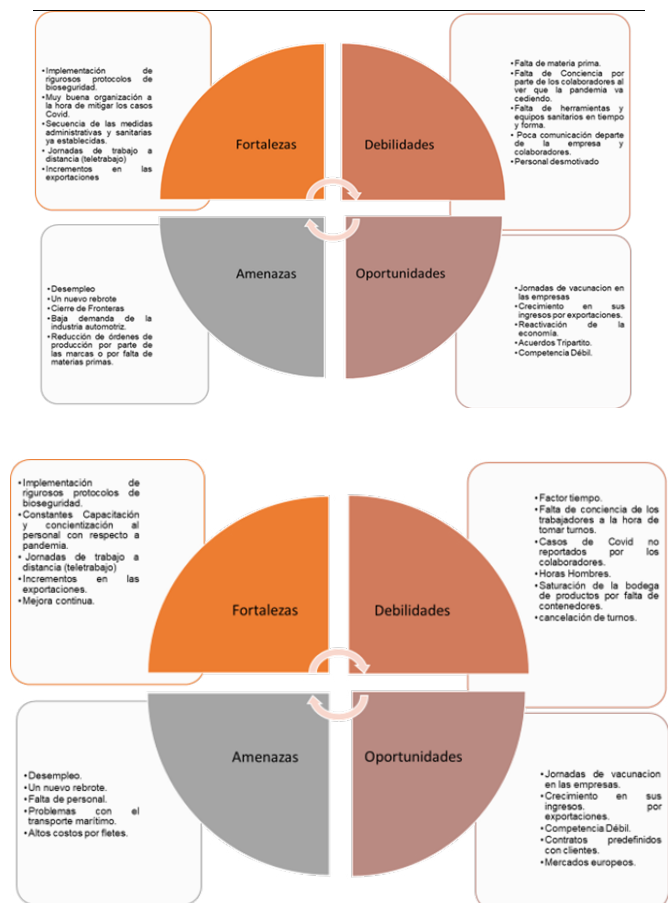
Esta pregunta también se realizó de forma semiabierta, para que los encuestados aportaran sus ideas respecto a cómo la empresa está preparada ante futuras crisis, opinan que la empresa debido a esta crisis tiene la experiencia de cómo enfrentar estas situaciones, tiene un equipo el cual está pendiente de los acontecimientos del alrededor, se ha promovido la vacunación ante el COVID, las medidas de higiene se siguen implementando, también se menciona que la empresa cuenta con los recursos necesarios para afrontar este tipo de sucesos.

Análisis del FODA Sistémico Empresa Yazaki Corporation

Paso 1. Definición del objetivo de la empresa
Objetivo

Disminuir los contagios Covid, con la implementación de estrategias administrativas y los más rigurosos protocolos de bioseguridad, con el fin de mantenerse en el mercado y seguir incrementando sus ingresos por exportaciones a mercados internacionales.

Matriz FODA empresa Yazaki Cukra Industrial S.A.



CONCLUSIONES

- Las principales estrategias administrativas y sanitarias que contribuyeron a mitigar los efectos económicos de la pandemia covid-19, en las empresas Yazaki Corporation y Cukra Industrial S.A, fueron la aplicación constante de protocolos de bioseguridad, la campañas de concientización y capacitación a los colaboradores sobre la adecuada implementación de dichas medidas; así como también las dos empresas realizaron modificaciones en los turnos e implementación de vacaciones para evitar las aglomeraciones entre trabajadores.

- En el aspecto financiero una medida tomada es referente a los pagos de sus trabajadores, que en este caso se apoyó del acuerdo tripartito suscrito en el marco de la pandemia del coronavirus, donde se le pagó el 50% de su salario a los colaboradores, con jornadas de trabajos recortadas para los trabajadores, jornadas de trabajo

- a distancia (teletrabajo) y vacaciones esto como estrategia administrativa para evitar recurrir a el recorte de personal.

- Mediante el diagnostico organizacional integral se pudo concluir:

- 1. La principal preocupación de los colaboradores fue el contagio y la muerte, la falta de trabajo. Esto afectó en el desempeño y motivación de los colaboradores dentro de la empresa.

- 2. Cuando la pandemia ingresó al país, se produjo contagios masivos de los colaboradores ya que son empresas con numeroso personal, dificultando un poco el distanciamiento, ocasionando aproximadamente 80 muertes por Covid en la empresa Yazaki Corporation, generando además gran cantidad de inasistencias por parte de los colaboradores.

- 3. La empresa desde la gestión de recursos humanos tuvo problemas en algunos casos como la falta de justificación de ausencias laborales, presentarse a la empresa enfermos de Covid, contagiando de esta forma al resto de trabajadores. Esta situación paralizó la producción y generó gastos para la empresa.

- 4. En la empresa Yazaki Corporation, hubo paro técnico por motivos de falta de materia prima, esto debido al cierre de fronteras.

- 5. La empresa Cukra Industrial S.A. paró la producción, ya que el almacén se encontraba saturado de productos, debido a la falta de contenedores para exportar el producto, debido a problemas con el transporte marítimo y a los altos costos por fletes.

- 6. En el ámbito financiero, ambas empresas se vieron afectadas en el caso de las remuneraciones a los colaboradores contagiados por covid-19, ya que ambas empresas asumieron gastos de subsidios, vacaciones y turnos recortados, en el aspecto de las exportaciones a pesar que hubo aumento en los precios para poder enviar el producto, la empresa ante la situación tuvo alzas en el precio de sus productos.

A través del análisis FODA Sistémico se puede concluir, que el objetivo primordial de Yazaki Corporation y Cukra Industrial S.A, fue disminuir los altos contagios Covid, con la implementación de estrategias administrativas y los más rigurosos protocolos de bioseguridad.

- Como medida hubo una muy buena organización a la hora de mitigar los casos Covid, constantes capacitaciones y concientización al personal con respecto a pandemia, otro aspecto muy importante para Yazaki Corporation, fue la implementación del Acuerdo Tripartito de Zona Franca para abordar el tema del Coronavirus y sus implicancias en las operaciones, donde se aplicaron medidas relacionadas con la salud y seguridad ocupacional, otorgando permisos laborales con goce porcentuales de salarios (reduciendo jornadas de trabajo, jornadas de trabajo a distancia (teletrabajo) y realizando suspensiones temporales de contrato, previo a la suspensión colectiva y temporal de los contratos.

También incluyó la interrupción de labores de personas en situación de vulnerabilidad (personas

- mayores de 60 años, mujeres en estado de embarazo, y personas de alto riesgo), con goce de salario y otorgando anticipo a cuenta de vacaciones en las empresas bajo el régimen de zonas francas con el fin de mantenerse en el mercado y seguir incrementando sus ingresos por exportaciones a mercados internacionales.

- A partir de la implementación de estas estrategias administrativas y sanitarias, las empresas Yazaki Corporation y Cukra Industrial S.A, han sido muy eficaces, ya que con estas han logrado sostenibilidad y mejora de las empresas, alcanzando un positivo crecimiento en sus ingresos por exportaciones.

- Yazaki tuvo resultados positivos luego del 2020, las ventas en el exterior de arneses para la industria reflejaron un incremento de 101.1 por ciento entre enero a julio del 2021, cuando se captaron 374.9 millones de dólares, frente a los 186.4 millones del mismo lapso de 2020. Estos productos ocupan el segundo lugar entre las exportaciones de zonas francas.

- Cukra Industrial S.A., a pesar de la afectación surgida por la pandemia, para el año 2021, logró un incremento en sus exportaciones alcanzando un 71% en sus exportaciones de productos en mercados europeos y de América.

- Ambas empresas tuvieron una buena organización en la toma de decisiones ante las diversas situaciones que se presentaron durante la pandemia por covid-19, se mantuvieron acuerdos con los clientes, manejaron los problemas por cierres de fronteras e inflación en el país.

RECONOCIMIENTOS O AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Dios por permitirnos llegar a este momento tan esperado en nuestras vidas, por los triunfos y por ser nuestra fortaleza en los momentos difíciles que con su apoyo hemos superado.

Gracias, a nuestros padres por brindarnos su apoyo, consejo, comprensión, amor, ayuda y por ser los principales promotores de nuestros sueños, por confiar y creer en nuestras expectativas brindándonos los recursos necesarios para formarnos como profesionales.

Agradecemos a los docentes de la UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES, por brindarnos sus conocimientos y formar parte de nuestra preparación y crecimiento profesional. A nuestro tutor técnico MSc. Ana Patricia Aragón Benavides, quien nos brindó su asesoramiento técnico y por el apoyo en todo el proceso de trabajo de culminación de carrera. También al equipo encargado de revisiones técnicas, en especial a Lic. Daysi Torrez y MSc. Constantino Portocarrero, por su valioso aporte en nuestra investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BCN. (2020). Banco Central de Nicaragua. Obtenido de <https://bcn.gob.ni/>

BCN. (2022). Banco Central de Nicaragua. Obtenido de <https://bcn.gob.ni/divulgacion-prensa/presidente-del-bcn-expone-desempeno-de-economia>

FUNIDES. (2020). <https://funides.com/notas-informativas/impacto-economico-del-covid-19-en-nicaragua/>

informativas/impacto-economico-del-covid-19-en-nicaragua/. proyecta-que-no-habrá-crecimiento-en-el-área-de-siembra/

FUNIDES.(2020). <https://funides.com/notas-informativas/impacto-economico-del-covid-19-en-nicaragua/>

Sampieri, R., Collado, C., & Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación. Ciudad de Mexico: McGraw Hill

ANEXOS

Anexo 1.

Planta 5 Yazaki



Fuente: Elaboración Propia

Anexo 2.

Entrada Cukra Industrial



Fuente: Elaboración Propia

PROPUESTA PROTOTIPO DE PLANTA DE PRODUCCIÓN CON TÉCNOLOGÍA VERTICROP COMO ALTERNATIVA A LA PRODUCCIÓN TRADICIONAL EN NICARAGUA.

PROTOTYPE PROPOSAL OF PRODUCTION PLANT WITH VERTICROP TECHNOLOGY AS AN ALTERNATIVE TO TRADITIONAL PRODUCTION IN NICARAGUA.

Ronald Adolfo Gavarrete Márquez
Ingeniería Industrial, UCC, Nicaragua
(Gavarreteadolfo@marquez@gmail.com)

Joel Heriberto Aráuz Silva
Ingeniería Industrial, UCC, Nicaragua
(joel.arauz@hotmail.com)

Mónica Alejandra Espinoza Jarquín
Ingeniería Industrial, UCC, Nicaragua
(monikalessandra@gmail.com)

RESUMEN:

El tema abordado surge de la evidenciada falta de inclusión en tendencias tecnológicas en el sector industrial alimenticio, específicamente en la cadena de suministros del repollo, insuficiente talento humano dispuesto al riesgo de innovar y a implementar con tecnología nueva, talvez muy distinta a las practicas existentes y con las que tradicionalmente acostumbra a producir; tecnologías probadas internacionalmente que solucionaron diversas problemáticas, concienciando la imperativa necesidad de preservar el recurso hídrico, los suelos, reduciendo largas cadenas de suministros, e inclusive la falta de radiación solar.

Se presentarán resultados de los autores responsables de la aplicación de la tecnología Verticrop en países donde se cultivó hortalizas (específicamente Repollo o col), así como reflexiones y opiniones derivadas del tema; se incluirá un comparativo de resultados de procesos productivos implementados en Nicaragua versus el uso de tecnología Verticrop. Se incluirán los datos de consumo energético, sus beneficios y costo. Incluiremos un recorrido virtual de la línea de producción a fin de esquematizar más a detalle sus bondades.

PALABRAS CLAVES:

Verticrop, hidroponía, Innovación, tecnología, aprovechamiento, diversificación, sustentabilidad.

ABSTRACT:

The topic addressed in this research project arises

from the evident lack of inclusion in technological trends in the food industrial sector, specifically in the cabbage supply chain, insufficient human talent willing to risk innovate and implement with new technology, perhaps very different from existing practices and with which it traditionally tends to produce; Internationally proven technologies that solved various problems, raising awareness of the imperative need to preserve water resources, soils, reducing long supply chains, and even the lack of solar radiation.

This prototype project will present results of the authors responsible for the application of Verticrop technology in countries where vegetables were grown (specifically cabbage or cabbage), as well as reflections and opinions derived from the subject; A comparison of the results of production processes implemented in Nicaragua versus the use of Verticrop technology will be included. Data on energy consumption, its benefits and cost will be included. We will include a virtual tour of the production line in order to outline its benefits in more detail.

KEYWORDS:

Verticrop, hydroponics, Innovation, technology, use, diversification, sustainability.

INTRODUCCIÓN

La historia muestra como desde tiempos inmemorables el ser humano ha venido cultivando y mejorando la manera en que se trabajan los alimentos para cubrir la demanda de cada región, la base ha sido la misma por demasiado tiempo, suelo (espacio, degradación), agua (Excesos), Nutrientes y Sol (Fotosíntesis), hoy la población no solo exige cumplir sus demandas de alimentos sino a esto actualmente se agrega: calidad, tiempos, tamaño del producto y costo, todo esto sin dejar huella de contaminación ambiental.

En Nicaragua existen diversas empresas hidropónicas activas con base en hidroponía: Hidropónica de Nicaragua en Matagalpa, Herbay Fresh en Sébaco, Fresas nicas en Jinotega y vigreen en Managua como precedente al proyecto prototipo, la empresa panameña UrbanFarms (2013-2017) que actualmente funciona en suiza, pero sus inicios y éxito en suelo panameño fueron los precursores para su establecimiento en el continente europeo.

Los creadores de la tecnología Verticrop en Canadá fundadores de la empresa CubicFarm® Systems Corp., y la empresa radicada en el Reino Unido Valcent Products Inc.

La investigación encausará un proyecto de base prototipo sobre granjas de cultivo vertical que es un estudio nuevo e innovador para los nicaragüenses. Un proceso industrial llamada Verticrop o granjas verticales. Que se viene a plantear, sobre el uso de esta tecnología debido a la demanda de ciertas hortalizas que no abastecen los mercados debido a su producción y su temporada de cosechas ya que con esta tecnología se podrá producir todo el

año independiente a su temporada tradicional.

La investigación realizada tuvo como objetivo presentar un nuevo modelo y prototipo de proceso industrializado sostenible en la producción de hortalizas (Repollo), aplicando tecnología Verticrop, para la satisfacción de la demanda nicaragüense.

Desde el momento en que los seres humanos valiéndose de piedras desviaron el agua hacia los cultivos, idearon cómo prevenir las plagas, descubrieron nuevo suelo fértil e identificaron cuando necesitar del sol, el aumento en la demanda de alimentos ha dominado los debates acerca de los recursos naturales necesarios para el proceso efectivo de la producción alimenticia y es notable que solamente en situaciones de desastres y verdaderas emergencias se concede prioridad a la conservación dándole más atención a aumentar los suministros que a reducir la demanda.

La tecnología Verticrop requiere de un alto nivel técnico “conocimiento” para instalarlo, operarlo y monitorearlo: el reciente uso de estos lugares se ve afectado por la falta de personal cualificado y de carreras o ramas profesionales enfocadas a ella. Se prevé que en unos años el sector ya contará con los especialistas necesarios para realizar y expandir su actividad.

Entre los principales motores de búsquedas relacionados a la investigación encuentran:

Figura 1

Principales Motores de Búsqueda



Fuente: Elaboración Propia

METODOLOGÍA

Por su tipo esta investigación metodológica es aplicada a raíz del propósito que es aumentar la producción de hortalizas en Nicaragua evitando ocupar grandes hectáreas de tierra, reducir los costos de fertilizantes y pesticida. Para evitar pérdidas en la producción además de mantener los precios de los consumos alimentarios, evitando la inflación que se produce, cuando el cultivo de una planta no está en su temporada de cosecha. También se considera de tipo Descriptiva porque la tecnología que se emplea en los invernaderos artificiales es poco conocida debido a que el país está ubicado en una zona tropical que favorece de gran manera al cultivo agrícola. El enfoque de la investigación es Cuantitativo debido a que se recolectaron datos estadísticos

sobre la productividad del cultivo tradicional realizando también una comparativa entre el cultivo hidropónico y con la nueva tecnología que poseen las granjas artificiales Verticrop, demostrando que con la implementación de granjas artificiales se puede triplicar la producción de cosechas de forma tradicional y aumentar el tiempo de producción de la forma hidropónica. Aunque implementarla se lleva un gasto inicial alto, es factible, debido al proceso industrializado, que las pérdidas en los cultivos son casi nulas. Sin mencionar que se evita los gastos de fertilizantes y pesticida representado el 40% del gasto de la forma tradicional.

Por los medios para obtener los datos documentales y de campo, este último a la planta hidropónica de Fresas Nica, ubicada en Jinotega se recolecto entrevistas y encuesta relacionado al tema investigativo para tener información precisa y obtención de datos para las comparaciones de la tecnología hidropónica y la Verticrop. Los datos que se han recabado y organizado para las comparaciones de los cultivos que se emplea en Nicaragua, el comportamiento cuantitativo por medio de una plantilla QFD que proporcionara datos precisos.

Tabla 1

Técnicas e instrumentos utilizados

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Encuesta	✓ Cuestionario
Observación	✓ Google
Documental	✓ <u>Academic</u> ✓ <u>Carrot 2</u> ✓ <u>Renida</u>
Entrevista	✓ Preguntas abiertas y cerradas.
QFD	✓ Plantilla Excel
REVIT	✓ Recorrido y escenarios Virtuales

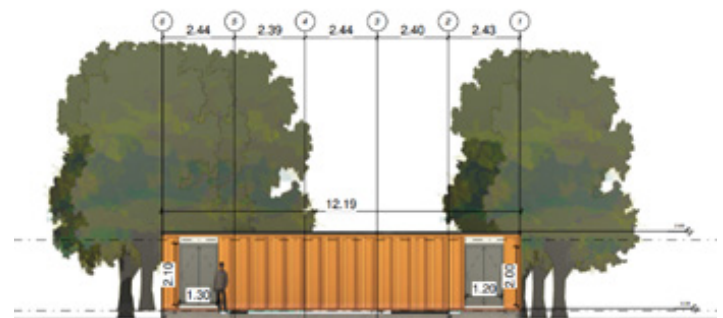
Fuente: Elaboración Propia

Incurсионando en las variables dependientes e independientes se exponen las siguientes: Productividad y costo de producción y eficiencia energética más comparación entre procesos respectivamente. Para las granjas artificiales (Verticrop) se plantea simular la ubicación en las sierritas debido a que es una zona estratégica

de distribución a los mercados principales y departamentos aledaños, por la cercanía de la capital, principal fuente de comercio del país. Las sierritas es igual hablar de ahorro energético, debido al clima, que es templado; a consecuencia de su altitud se utilizaría extractores que servirían como sistema de climatización cuando la temperatura ambiente alcance entre los 25 y 30 grados y se utilizaría la climatización industrial para cuando el clima ambiente alcance más de los 30 grados Celsius.

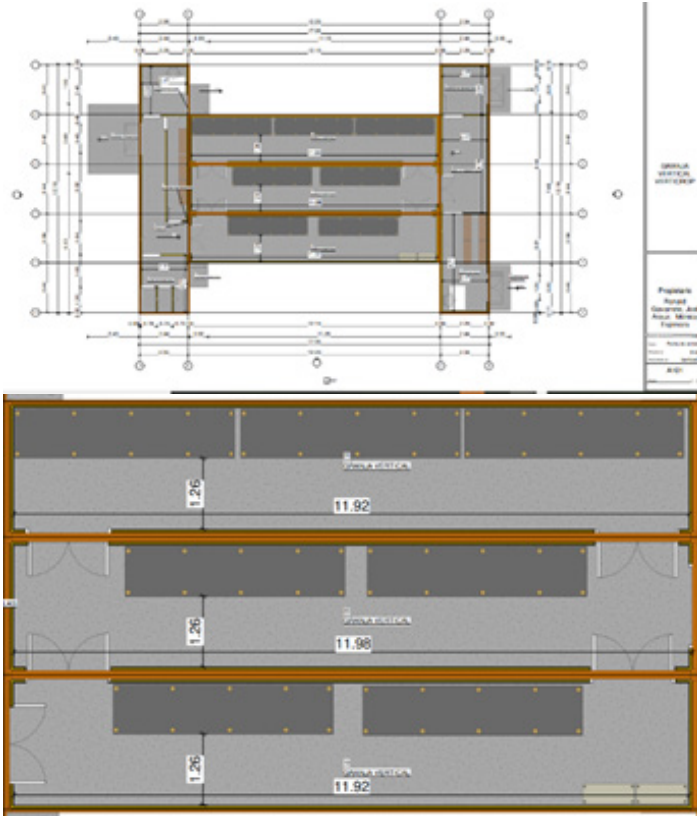
Figura 2

Vistas externas de la planta prototipo



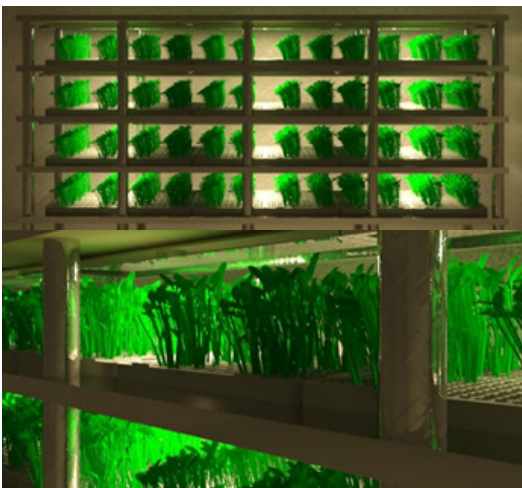
Fuente: Elaboración Propia

Figura 3
Vistas internas de la planta prototipo



Fuente: Elaboración Propia

Figura 4
Vista de anaqueles con tecnología Verticrop



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS DE RESULTADOS

¿Qué es Verticrop y cómo funciona?

Verticrop es un método con base hidropónica el cual su principal característica es el aumento de producción a través de procesos fotosintéticos acelerados mediante luces ultravioletas con estructuras verticales (Wallace-Springer, 2022).

La hidroponía permite tecnificar el cultivo, consiguiendo un mayor control en la producción. Es aquí donde reside la eficiencia de la hidroponía, ya que permite al agricultor aportar a la planta la dosis exacta de agua y nutrientes en el momento justo, evitando que la planta invierta mucha más energía en su crecimiento y producción.

La diferencia entre la producción hidropónica y la Verticrop se lleva a destacar sobre el tiempo de producción, calidad y tamaño del cultivo y mejor aprovechamiento del desarrollo del cultivo, por lo general la producción del repollo se llega a destacar entre los 100 y 120 días en dependencia del tipo de repollo cultivado y con el trabajo de las luces led este tiempo estimado se reduciría en un 40%, este es la mayor ventaja del sistema Verticrop ante la hidroponía su mayor aporte para procesos fotosintéticos de desarrollo de nutrientes y tamaño, aumentando así mismo la productividad a largo plazo porque habría más tiempo para obtener una nueva producción.

Todos estos datos estimados en los diferentes tipos de cultivos son en base a una superficie (anaquel), pero con el sistema Verticrop se podría incorporar a gusto de la empresa diferentes divisiones de

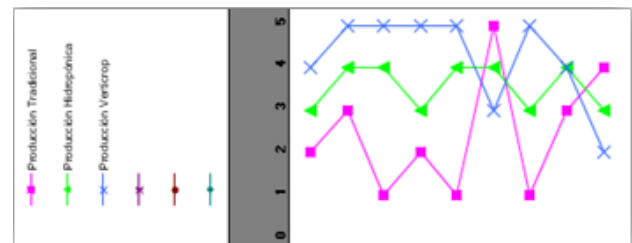
manera vertical de ahí el nombre de Verticrop, así aprovechando mayormente los espacios para duplicar, triplicar hasta cuadruplicar la producción sin perder los beneficios fotosintéticos de las plantas debido al tipo de arquitectura que se emplee para organizar las luces led, donde lo más beneficioso sería ubicar una línea de luces entre cada escalón vertical. El sistema Verticrop además de ser amigable al ambiente, tener mayor producción, calidad de nutrientes en los cultivos, el sistema vertical puede extenderse según la magnitud de la empresa, la inversión inicial será el único factor predeterminante pero en comparación a el cultivo tradicional de manera general y a largo plazo hay un ahorro de costos permanentes, reciclaje de agua, pasteurización, desinfección por UV (luces led ultravioletas), recolección más fácil, mayor producción con menos perdidas por plagas, los costos de inversión de Verticrop serían cubiertos en poco tiempo por el potencial de producción.

Según FAO (2010) una agricultura sostenible debe satisfacer las necesidades de las generaciones presentes y futuras de sus productos y servicios, garantizando al mismo tiempo la rentabilidad, la salud del medio ambiente y la equidad social y económica. Para ser sostenible, la agricultura debe satisfacer las necesidades de las generaciones presentes y futuras de sus productos y servicios, garantizando al mismo tiempo la rentabilidad, la salud del medio ambiente y la equidad social y económica. Para conseguir la transición global a la alimentación y la agricultura sostenibles, es imprescindible mejorar la protección ambiental, la resiliencia de los sistemas, y la eficiencia en el uso

de los recursos, factores que cumple de manera positiva la agricultura vertical.

En la siguiente tabla se demuestra como el sistema Verticrop está por encima de los otros cultivos en Nicaragua y que las únicas desventajas, es su mantenimiento, costo de producción y consumo energético donde es afectado sin embargo la productividad se maximiza:

Tabla 2
Productividad de Verticrop



Fuente: Elaboración Propia

Los costos del sistema Verticrop son de primera instancia una alta inversión debido a la estructura de este tipo de tecnología y el ambiente controlado pero a largo plazo es un sistema industrial que promete grandes ganancias debido a su bajo costo en mantenimiento en comparación a los demás tipos de cultivos, y al tener una producción acelerada y de calidad, eso es una de las ventajas más sobresalientes el control de agua requerido por el cultivo con los nutrientes esenciales y las luces para un óptimo desarrollo hacen que esta tecnología sea un proyecto prometedor para el país, buscando como mejorar el sistema de vida

de las personas. La tasa de natalidad en el mundo cada vez es más acelerada y en Nicaragua igual, así que una tecnología que promete mayor producción en menos tiempo con el mejor aporte de nutrientes del cultivo sería lo ideal. Verticrop al ser una tecnología con un ambiente controlado posee paneles solares los cuales se encargaran de abastecer las luces led ultravioletas, las cuales no tienen un consumo muy exigente, el sistema de riego de agua con nutrientes se establecerá en un ambiente cerrado teniendo así un menor gasto de agua y aprovechando al máximo su cantidad, los cultivos tradicionales tienen un exceso de gasto de agua y degradación del suelo, siendo así como fue expuesto por la FAO en el 2010 como Nicaragua cultivo 10,300 hectáreas de repollo. Nicaragua es un país tropical donde el uso del clima ha sido una bendición para sus habitantes, pero hay mucho sobre aprovechamiento de sus recursos.

Con una Granja vertical en Nicaragua, acondiciona tecnológicamente para maximizar la producción de los cultivos, utilizando siempre metodologías auto sustentables para el mejor rendimiento de la productividad. Se podría fácilmente satisfacer la demanda nacional y lograr exportar nuestras cosechas a otros países. Llamando la atención de países extranjeros por los productos de excelente calidad y libres de químicos.

Se realizó una encuesta para obtener información acerca de la tecnología en los cultivos, según el peso distribuido a cada respuesta la información arrojada fue la siguiente:

Tabla 3

Conocimiento de Verticrop

	P1	P-2	P-3
SI	0%	30%	40%
NO	100%	70%	60%

Fuente: Elaboración Propia

Ninguna persona conocía de la existencia de la tecnología Verticrop hasta el día de la realización de la encuesta. Solamente un 70% de los encuestados conocían de los cultivos hidropónicos y un 30% desconocía del tema.

Tabla 4

Precio del Repollo

	P-4	P-5	P-6
SI	80%	60%	10%
NO	20%	40%	90%

Fuente: Elaboración Propia

Un 80% de los encuestados opina que el precio del repollo es alto mientras que un 20% opina lo contrario. Un 60% de las personas respondió que tienen algún tipo de dificultad a la hora de obtener el producto cuando este no se encuentra en su temporada alta de cosecha mientras que un 40% aduce no tener problemas en la obtención del producto. Existió un rechazo del 90% de los encuestados cuando se les pregunto si comprarían el producto viniendo éste cultivado en granjas artificiales y solo un 10% de aceptación a la compra.

Tabla 5

Aceptabilidad de granjas artificiales

	P-7	P-8
SI	70%	0%
NO	30%	100%

Fuente: Elaboración Propia

La mayoría de los encuestados asume que granjas artificiales es sinónimo de enfermedades ocultas o dañinas mientras que el 30% no cree que las granjas artificiales sean factor de riesgo a la salud. Para finalizar, el 100% de los encuestados no conoce ni ha escuchado hablar de alimentos cultivados en granjas móviles.

Luego, se realizó una segunda encuesta post intercambio de conocimientos acerca de la tecnología Verticrop

Obteniendo los siguientes resultados, según el peso distribuido a cada respuesta:

Tabla 6

Importancia de Verticrop

	P1	P-2	P-3	P-4	P-5	P-6	P-7
SI	70%	60%	60%	80%	70%	80%	70%
NO	0%	20%	0%	0%	10%	0%	0%
PORDRIA SER	30%	20%	40%	20%	20%	20%	30%

Fuente: Elaboración Propia

El 70% de la población encuestada piensa que este modelo es nuevo e innovador en el territorio nicaragüense mientras que un 30% duda y mantiene la incertidumbre del podría ser. Solo un 60% consumiría hortalizas cosechadas en granjas artificiales mientras que un 20% duda y el otro 20% en definitiva no compraría el producto.

Un 60% de los encuestados opina que el producto consumido de granjas artificiales beneficiaría a la ingesta de nutrientes, minerales y fibra mientras que un 40% no lo cree posible. Existe un 80% de encuestados que opina que esta tecnología es una solución para los cultivos por temporadas y solamente a un 20% opina que podría serlo. Referente al impacto ambiental un 70% respondió que creen que Verticrop implementa un menor desequilibrio ambiental en comparación a otros tipos de prácticas agrícolas mientras que un 10% opina que no y un 20% mantiene incertidumbre con un puede ser. El 80% de la población encuestada opina que la tecnología Verticrop sería una alternativa a la demanda actual y el 20% opina que podría serlo. En relación a los vehículos móviles contestaron que si les gustaría verlos puestos en marcha a un 70% de la población encuestada y un 30% respondió con incertidumbre.

Los autores proporcionaron a los resultados, procesos y herramientas estandarizadas que apoyen la puesta en práctica del modelo +Q.F.D. (Quality Function Deployment). Mediante la técnica de encuesta y entrevista en donde el enfoque del cliente y personal examina los factores que afectan sus preferencias, se utilizó la aplicación del modelo +Q.F.D. como herramienta de planeación para la calidad en el análisis de los datos y resultados.

Las comparaciones entre los procesos productivos, la eficiencia de Verticrop en la reducción de costos a largo plazo e incluso aprovechando solamente la hidroponía como base para una producción mejorada; las diferentes soluciones sostenibles

existentes y de las cuales podremos explotar mediante la utilización de cualquiera de los procesos productivos expuestos y la examinación del aumento productivo con la puesta en práctica de la tecnología Verticrop de acuerdo a los resultados arrojados en la casa de la calidad. Descritos los objetivos del proyecto se muestra una propuesta de presupuesto inicial en donde desglosan gastos directos, indirectos, materiales, equipamientos entre otros gastos que se incurrirían para su ejecución. Con la propuesta de un presupuesto elaborada las partes interesadas podrán compararla con otros proyectos relacionados a la línea investigativa para la toma de decisión en caso de desear avanzar o no.

Tabla 7
Presupuesto del Proyecto

Presupuesto del proyecto				
Semilleros				
Descripción	Cantidad	Unidades	Valor Unitario	Valor Total
Semillas	3	Paquetes	3,790	11,370
Turba	3	Kilos	7,580	22,740
Bandeja Semilleros	5	-	770	3,850
Invernadero				
Madera estructura (bastidores)	55	Unidad	420	23,100
Barniz	2	Galón	280	560
Sellador	2	Galón	440	880
Tiner (disolvente)	4	Galón	400	1,600
Brochas	3	Unidad	50	150
Tornillos Autoroscantes (madera)	400	Unidad	15	6,000
Malla invernadero 4.2x100m	2	Metro	88.611	6,378
Grapas	2	Caja	1500	300

Equipos				
Computador	1	Unidad	14,999	14,999
Medidor de pH y CE	1	Unidad	2,124	2,124
Electro Bomba	1	Unidad	341,100	8,500
Temporizador	2	Unidad	612	1,224
Estructuras de anaqueles	18	Unidad	650	11,700
Kit completo para uso de panel solar	1	Unidad	9,720	9,7900
Luces led	60		180	10,800

Gammas				
Tablas de pino	30	Unidad	400	12,000
Plástico negro	10	metro	65	650
Láminas de Icopor	8	Unidad	95	760
Espuma	4	Lamina	50	200
Copas desechables	15	Paquetes	45	180

Soluciones de fertilizantes				
Fertigreen	2	litro	464	928
Irricol	3	kg	425	1,275

Herramientas				
Taladro	1	Unidad	1,800	1,800
Grapadora	1	Unidad	1,650	1,650
Martillo	1	Unidad	350	350
Copas para Taladro	1	juego	600	600
Punta estría para taladro	1	Unidad	228	228
Escuadra, marcador, cinta y otros	1	Juegos	565	565
Brocas metro	1	Unidad	600	600
metro	1	Unidad	325	325

Sistema NF				
Tubería PVC de 3 pulgadas	25	Unidad	500	12,500
Tubería PVC de 2 pulgadas	25	Unidad	450	11,250
Tubería PVC de 1 pulgada	15	Unidad	125	1,875
Tubería PVC de 1/2 pulgada	15	Unidad	180	2,700
Tapas de prueba de 3 pulgadas	20	Unidad	45	900
Tapas de prueba de 2 pulgadas	8	Unidad	55	440
Tanque de almacenamiento 150 Litros	1	Unidad	4,200	4,200
Pegante PVC, limpiador	1	Galón	320	320
Tubería de acero cuadrada 3/4 pulgada	8	Unidad	800	8,000
Tornillos rosca fina	20	Unidad	40	800
Alambre Galvanizado	2	kilo	300	600

Mano de obra				
Diseño Hidráulico	1	-	11,080	
Invernaderos	2	-	15,500	
Soportes	1	-	6000	
Total:			=	C\$ 229,771
Total:			=	\$ 6,382.52

Fuente: Elaboración Propia

Para la realización de este proyecto es necesario invertir inicialmente \$ 6,382.52 para un espacio estimado entre 150 metros cuadrados. Con la elaboración de 18 anaqueles de 4 niveles cada uno se estima una capacidad de producción de hasta 30 repollos por cada nivel, para una producción de 120 repollo por cada anaquel:

Producción \square (120) repollos (18) anaqueles = 2,160 en una cosecha

Venta: $(2,160) \times (30) =$ C\$ 64,800

Utilidad: $(64,800) \times (4)$ cosechas anual = C\$ 259,200

Se estima recuperación de la inversión en el primer año, ofreciendo el producto (repollo) a 30 córdobas la unidad sacando una producción de 2,160 repollos por cosecha, al emplear el método VERTICROP se producirá 4 cosecha al año, dándonos una ganancia estimada anual de C\$259,200 córdobas.

CONCLUSIONES

Este proyecto cumplió con su objetivo general, presentar un nuevo modelo y prototipo de proceso industrializado sostenible en la producción de repollo con la aplicación de la tecnología conocida como VERTICROP para así lograr la plena satisfacción de la demanda nicaragüense.

Esta investigación demostró que el uso de esta tecnología, aplicada en Nicaragua, es factible, como punto de concentración un lugar estratégico para una distribución más eficiente. Se llevó a cabo el uso de métodos y herramientas comparativas que demostraron la superioridad de este tipo de tecnología y sus procesos amigables para el medio ambiente. Esta investigación, además, arrojó datos sobre reducción de costos de producción, sostenibilidad y productividad.

Se propone como futuras líneas de investigación aspectos de suma importancia e interés, para ser profundizados y analizados debido a que su alcance se escapa a los primeramente planificados y que pueden ser de utilidad para

diversas soluciones o problemas futuros.

La innovación de contenedores inteligentes con el sistema Verticrop, estos pueden contar con sistema de climatización, canaletas para almacenar agua en invierno y paneles solares para su debido funcionamiento, con el fin de reducir costo de estructura y facilidad en el transporte del producto. Como parte fundamental para las futuras líneas de investigación se recomienda reforzar el tema con la parte agronómica, para mejores resultados respecto al cultivos de hortaliza, ya que el enfoque está dirigido a la producción y Mantenimiento Industrial. Indagar qué otros tipos de cultivos se puede implementar con la tecnología Verticrop. Como son las legumbres y hasta árboles frutales pequeños con gran demanda por la población, para obtener su cosecha todo el año.

Se recomienda hacer las granjas artificiales Verticrop en lugares de clima templados pues, aunque estas posean climatización se pueden utilizar extractores industriales para climatizar la granja con la temperatura natural de la zona obteniendo un ahorro energético considerable.

Se recomienda evaluar posibles estructuras que sea óptimo para las granjas artificiales como edificios de 3 pisos o espacios cerrados con alta extensión para implementar los cultivos verticales, de manera que ayuden a reducir los costos de construcción.

Contar siempre con un plan de emergencia para los diferentes riesgo o situaciones que pueden afectar de gran manera los cultivos, como es el uso de almacenadores o generadores de energía eléctrica para evitar pérdidas totales de los

cultivos, cuando se presentan fallas en el servicio eléctrico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Textos Básicos:

Hernández Sampieri R., Fernández C. y Baptista M. 2010. "Metodología de la Investigación, 5ta. Edición, Editorial Mc Graw Hill, México, D.F.

Textos Complementarios:

Ing. Agrónomo José Luis Barbados, 2005. Microemprendimientos, Hidroponía, su empresa de cultivos en agua.

Norma Internacional ISO 9001, Quinta edición 2015-09-15 Sistemas de gestión de la calidad.

ISO 14001:2015, Sistema de Gestión Ambiental.

Norma Internacional ISO 45001, Primera edición 2018-03, Sistemas de gestión de la seguridad y salud en el trabajo.

Universidad Colombiana ECCI, (2016). Eficiencia y productividad en algunos modelos pequeños de agricultura vertical para aplicar en la institucion educativa francisco jose de caldas-sede b. 2016, disponible en: compañía metalcast ltda (ecc.edu.co)

Portal de Revistas:

Carrot2.org desde: Verticrop - Carrot2 search results clustering engine

Displayer, disponible en: granja vertical piloto para el cultivo de plantas aromaticas en el centro de investigaciones cenivam. diseño y fabricacion. - pdf descargar libre (docplayer.es)

Wallace-Springer, N. (2022) Promix, Jardinería del hogar, disponible en: ¿Qué debes de saber



acerca de la agricultura vertical? (pthorticulture.com)

Gettyimages desde: 1.138 fotos e imágenes de Granja Vertical - Getty Images

Universidad del valle, Santiago de Cali Colombia, 2014, desde: PRODUCCIÓN DE VEGETALES EMPLEANDO LA TÉCNICA HIDROPÓNICA DE FLUJO LAMINAR DE NUTRIENTES (NFT) (univalle.edu.co)

https://www.tecnacional.edu.ni/media/Hortalizas_3X2OH2y.pdf

PUBLICIDAD VISUAL DE VALLAS DE LA EMPRESA SINSA DEL KM. 7 AL KM. 10 CARRETERA A MASAYA, EN EL ULTIMO CUATRIMESTRE DEL AÑO 2022

VISUAL ADVERTISING OF BILLBOARDS OF THE COMPANY SINSA DEL KM. 7 TO KM. 10 ROAD TO MASAYA, IN THE LAST QUARTER OF THE YEAR 2022

Gabriela Michell de los Ángeles Hidalgo Salazar
Diseño Gráfico y Publicitario, UCC, Nicaragua

Nazareth Raquel Corea Castillo
Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras,
UCC, Nicaragua

Aniesmark Jhossira Rosales Ochoa
Comunicación Empresarial y Relaciones Públicas,
UCC, Nicaragua

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue realizar un estudio de la efectividad de las vallas publicitarias de la empresa SINSA S.A. con este fin, la pregunta de investigación es ¿si las vallas publicitarias son efectivas, serán percibidas este tipo de publicidad exterior?

Las preguntas de investigación se respondieron a través de la recolección de datos, la encuesta, aplicándola en el km 7 al km 10 carretera a Masaya donde está ubicada esta empresa, para analizar los resultados se hizo uso del software estadístico SPSS, luego se hizo uso de la graficas de pastel para presentar los resultados.

Los resultados obtenidos indican que las vallas publicitarias son efectivas, siendo rentables para cualquier empresa que hace uso de este tipo de publicidad exterior. Siendo lo que llama más la atención los colores utilizados, y sus diseños aplicados.

ABSTRACT

The objective of this research is to carry out a study of the effectiveness of the billboards of the company SINSA S.A. To this end, the research question is if billboards are effective, will this type of outdoor advertising be perceived.

The research questions were answered through data collection, the survey, applying it at km 7 to km 10 on the highway to Masaya where this company is located, to analyze the results the statistical software SPSS was used, then of pie charts to present the results.

The results obtained indicate that billboards are effective, being profitable for any company that makes use of this type of outdoor advertising.

being what attracts the most attention the colors used, and their applied designs.

INTRODUCCIÓN:

Las vallas publicitarias son un tipo de publicidad exterior basadas en una estructura donde son fijados anuncios o carteles con mensajes publicitarios sobre alguna marca, empresa, persona, evento, entre otros. Estos son ubicados de forma estratégica en diferentes zonas urbanas y rurales de alto flujo vehicular y peatonal.

En el estudio realizado por Smith (2020), se examinó la efectividad de las vallas publicitarias y se encontró que estas tienen un impacto significativo en la memoria y la atención del público objetivo (p. 82)

El presente artículo, tiene como principal objetivo, realizar un estudio de la efectividad que tienen las vallas publicitarias de la empresa SINSA S.A. aplicando métodos para la recolección de datos, la encuesta, obteniendo así datos que nos ayudaran a saber que tan efectivas son las vallas publicitarias.

La importancia de estudiar este tema es que se demuestra que tan efectivas son este tipo de publicidad para la empresa SINSA S.A., si gracias a esta publicidad exterior está influyendo en la compra de los productos o servicios que ofrece SINSA S.A como empresa.

Johnson y Brown (2019) llevaron a cabo un análisis comparativo entre las vallas publicitarias tradicionales y las pantallas digitales, concluyendo que ambas formas de publicidad exterior tienen ventajas y desventajas únicas en términos de alcance y engagement (p. 572).

García y Rodríguez (2018) realizaron un estudio de caso específico sobre las vallas publicitarias de SINSA, y encontraron que la ubicación estratégica de las vallas influye en su efectividad para captar la atención del público objetivo.

Con esta investigación se logra aclarar dudas con respecto a la efectividad e influencia que tienen las vallas publicitarias.

En el primer capítulo de este trabajo de investigación se encontrarán antecedentes históricos de la valla publicitaria, desde cómo inició la publicidad en los tiempos antiguos, como llegó a Nicaragua este medio de comunicación, pasando hasta nuestros días, descripción del problema y preguntas de investigación.

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 Tipo de estudio:

En función del propósito, la investigación que se realizará es de tipo Aplicada, ya que se busca saber si las publicidades de vallas de la empresa SINSA son efectivas. La investigación Aplicada: Tiene por objetivo resolver un determinado

problema o planteamiento específico, enfocándose en la búsqueda y consolidación del conocimiento para su aplicación. (Bibliotecas duoc, investigación aplicada, 13 de octubre del 2022).

3.2 Por su nivel de profundidad:

Será Descriptiva y Exploratoria, ya que este tipo de investigación busca generar acciones que ayuden a la publicidad de vallas, indagando aspectos que aún no han sido analizados, mejorando la calidad de la publicidad, analizando las diferentes características del objeto de estudio para tener así un panorama completo de la investigación. Investigación descriptiva y exploratoria: Un estudio exploratorio se centra en descubrir, los estudios descriptivos buscan desarrollar una imagen del fenómeno estudiado a partir de sus características. Por la naturaleza de los datos y la información, será una investigación cuantitativa con aplicación de técnicas cualitativas, que nos ayudará a medir el nivel de percepción del consumidor. Técnicas cuantitativas: Es el proceso de producir conocimiento usando números, en este tipo de investigación se busca describir, explicar, comprobar, y probar teorías con el uso de herramientas de matemáticas. (Toda materia, investigación cuantitativa, 2022). Por los medios para obtener los datos, será de campo apoyándose en encuestas y entrevistas. Diseñando una investigación de carácter no experimental ya que se basa en la observación, midiendo la efectividad que tiene la publicidad de vallas mediante los colores aplicados, imágenes, mensaje que transmiten. Investigación no experimental: Se basa en categorías, conceptos, variables sucesos,

$$n: Z^2 * p * q / e^2$$

n: tamaño de la muestra buscado.

N: tamaño de la población o universo.

Z: parámetro estadístico que depende el nivel de confianza.

e: error de estimación máximo aceptado.

p: probabilidad de que ocurra el evento estudiado.

q: probabilidad de que no ocurra el evento estudiado.

Tabla 1

Cálculo del tamaño de la muestra.

N	Z	P	q	N	e	Muestra N:120
¿	80%	0,5	0,5	2,000	10%	

Siendo un estudio exploratorio, se hizo el muestreo no probabilístico por conveniencia, ya que el km 7 al km 10 carretera a Masaya, suele estar muy transitada tanto por peatones como automovilistas, siendo esta una población demasiado grande, donde se encuentran personas que tienen prisa por llegar a su trabajo o su centro de estudio, dificultando la recolección de datos requerida para reclutar toda la información que se necesita, la cual seleccionamos una muestra representativa de la población con 120 personas, las cuales consideramos que estaba más cerca de los clientes potenciales de SINSAS.A entre la edad de 20 a 60 años.

comunidades o contextos que se dan sin la intervención directa del investigador. (INTEP Instituto de Educación Técnica Profesional, 13 de diciembre del 2022). Según el tipo de inferencia se utilizará el método estadístico del cual se representará mediante cifras que midan el nivel de percepción que tienen los consumidores con las vallas publicitarias de SINSAS. Según el periodo temporal en que se realizará, será de tipo trasversal ya que se hará sobre un tiempo determinado.

3.3 Unidades de análisis población/ muestra:

Unidad de análisis: Son personas que transitan cerca de la empresa SINSAS que tienen nivel de observación de las vallas publicitarias, serán incluidas personas de edad adulta entre las edades de 20 a 60 que son clientes potenciales.

Población: Se encuestaron a personas que se encuentran dentro del km7 al km 10 carretera a Masaya.

Muestra: Se tomó en cuenta un grupo de 120 personas correspondiente a la edad adulta.

Tamaño de la muestra: para seleccionar el tamaño de la muestra infinita de esta investigación se utilizó la siguiente fórmula:

3.4 Método e instrumentos de recolección de datos

Tabla 2

Técnicas de recolección de datos.

Técnicas de investigación cuantitativa/aplicación de técnicas cualitativas	Tipo	Instrumentos de recolección de datos	Herramientas o recursos materiales
Encuestas	Preguntas: oral Forma: aplicada individualmente.	Guía de encuestas	Computadora, formulario <u>Excel</u> , Word.
Entrevistas	Aplicada individualmente	Guía de preguntas	Grabación, teléfono

Fuente: Elaboración propia

Para la recolección de información de la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta. Este instrumento consiste en un cuestionario que contiene preguntas cerradas, y de opción múltiple. La encuesta se llevó a cabo con personas que transitan del km 7 al km 10 carretera a Masaya, con el objetivo de conocer que tan efectivas son las vallas publicitarias de la empresa SINSA S.A y que impacto genera dicha publicidad a los consumidores.

Las dimensiones se presentaron en una escala tipo Likert de cinco grados, la estructura del instrumento consta de un conjunto de preguntas sobre las cuales los encuestados tuvieron la opción de expresar su opinión en un grado de acuerdo o desacuerdo.

3.5 Confiabilidad y validez de los instrumentos (formulación y validación).

La validez: Para la validación el instrumento de recolección de datos se tomó en cuenta personas de edad adulta entre la edad 20 a 60 años, que son posibles compradores de la empresa SINSA, personas que transitan por dicha carretera, teniendo contacto visual todos los días con las vallas publicitarias.

Confiabilidad: Se utilizó el software estadístico SPSS, obteniéndose el Alfa Cron Bach, (Alfa de Cron Bach es un coeficiente que sirve para medir la fiabilidad de una escala de medida) para la encuesta fue de 0.801 lo que concluye como un alto grado de confiabilidad del instrumento.

Tabla 3

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cron Bach	N de elementos
.801	8

isis de la información

Para realizar el procesamiento de la información, se tomó en cuenta la técnica de la encuesta (véase anexo # 1), para la cual se utilizó preguntas específicas, con el objetivo de conocer si las vallas publicitarias de la empresa SINSA S.A. son efectivas.

Para poder ejecutar el procesamiento y análisis de la información fue necesario realizar lo siguiente:

Etapas del trabajo de campo:

Para la elaboración de la encuesta se realizó una un cuestionario con 8 preguntas, (véase anexo # 1) las cuales se centran en conocer que tan efectivas son las vallas publicitarias de la empresa SINSA S.A., para su posterior validación se utilizó el software estadístico SPSS, el cual arrojó un alto grado de confiabilidad del instrumento. La encuesta fue realizada en el km 7 al km 10 carretera a Masaya, lugar donde está ubicada la empresa SINSA S.A y donde transitan personas que tienen contacto visual con vallas publicitarias de dicha empresa.

Proceso y análisis de la información:

El análisis de la información se realizó en base a los resultados obtenidos en los diagramas de pastel (véase anexo # 2) del programa SPSS, para el desarrollo de las preguntas, se procedió a la tabulación, análisis e interpretación de una a una con la ayuda del programa. Se estableció un criterio de investigación sobre los resultados obtenidos, verificándose con la hipótesis y los objetivos general

RESULTADOS Y ANÁLISIS

En este capítulo se presenta el análisis de los resultados obtenidos correspondiente a las encuestas, donde el tamaño de la muestra fue de 120 personas encuestadas, de las que el 78% de los encuestados son hombres y el 42% son mujeres, el mayor porcentaje se ve identificado por el rubro de la ferretería, es por eso que el género masculino se ve más vinculado con estos

resultados, sin embargo, el 42% es femenino donde lo hacen por una necesidad de compra. A continuación, se presentan los resultados obtenidos de esta investigación, asociando a las preguntas de la encuesta con los objetivo general y específicos.

Figura 1
Conocimiento de Valla Publicitaria



Fuente: Elaboración Propia

En esta primera pregunta, las gráficas dieron como resultados que las personas encuestadas tienen conocimiento que es una valla publicitaria, con un 93.8%, siendo esta, una publicidad que llama la atención de las personas que transitan por km 7 al km 10 carretera a Masaya.

Un 93.9% del público encuestado se ha detenido a observar una valla publicitaria, ya sea por los colores utilizados, ubicación o diseño, el 43.4% opina que los colores aplicados a esta valla publicitaria de la empresa SINSA S.A es lo que llama más la atención al público.

Con estos resultados se confirma la efectividad de esta valla publicitaria, logrando así nuestro objetivo general y específicos, donde se refleja que es rentable este tipo de publicidad exterior.

Figura 2

Influencia de Vallas Publicitarias



Fuente: Elaboración Propia

El resultado obtenido mediante la gráfica muestra que el 49% de la persona encuestada ha adquirido productos de la empresa SINSA S.A gracias a la influencia de las vallas publicitarias, esto da a conocer la efectividad de esta publicidad exterior, al mostrar en ella productos en promoción, artículos nuevos que han llegado a la tienda o incluso hacer un recordatorio que el producto que busca la persona, la encuentra en la empresa SINSA S.A, llamando totalmente la atención del cliente donde se va directamente a comprar este producto.

CONCLUSIONES

En este capítulo se presenta las conclusiones del trabajo investigativo, las principales aportaciones

y algunas líneas de investigación que derivan del presente artículo.

- Estas vallas publicitarias tienen una gran efectividad en esta empresa y se ve representado en las respuestas de las encuestas realizadas

- A pesar de que ese trayecto de carretera a Masaya de Km 7- Km 10 es bastante transitado por conductores y peatones han tenido el tiempo para detenerse a observar las vallas publicitarias y de estos ciertos porcentajes se ha visto influenciado para realizar alguna compra de esta empresa.

- La encuesta determina que el 58.7% del género masculino se ve influenciado en la compra de artículos considerando que son base fundamental en el hogar donde hay necesidades atípicas.

- En el transcurso de esta investigación, obtuvimos ciertos contratiempos que dificultaron parte del proceso de una entrevista dirigida a la empresa SINSA S.A, donde mostraron poca empatía con nosotras como estudiantes de la Universidad de Ciencias Comerciales UCC.

REFERENCIAS

- Smith, J. (2020). El poder de la publicidad exterior: un estudio exhaustivo sobre la efectividad de las vallas publicitarias. *Revista de Investigación de Marketing*, 45(2), 78-92.
- Johnson, A., & Brown, K. (2019). Publicidad exterior en la era digital: un análisis comparativo de las vallas publicitarias tradicionales y las pantallas digitales. *Revista Internacional de Publicidad*, 32(4), 567-582.

- García, M., & Rodríguez, L. (2018). El impacto de la ubicación en la efectividad de la publicidad exterior: un estudio de caso de las vallas publicitarias de SINSA. Revista de Investigación Publicitaria, 40(3), 210-225.

AGRADECIMIENTO:

- Gabriela Michell de los Ángeles Hidalgo Salazar

Agradezco a Dios por bendecirme mi vida, guiarme y fortalecerme en momentos de dificultad y debilidad.

Gracias a mi Mamá Gabriela Salazar Sotomayor, por ser la principal promotora de mis sueños, por apoyarme y brindarme consejos, valores y principios que me han llevado a convertirme en una excelente profesional.

Gracias a la memoria de mi abuelo Enrique Salazar QEPD que siempre me impulso a cumplir mis sueños y estoy segura que él siempre me acompaña en cada paso de esta carrera.

- Nazareth Raquel Corea Castillo

El presente trabajo primeramente se lo agradezco a Dios por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome paciencia y sabiduría para culminar con éxito mis metas propuestas. Mis padres por ser mi pilar fundamental y haberme apoyado incondicionalmente, pese a las adversidades e inconvenientes que se presentaron. Agradezco a los todos docentes que, con su sabiduría, conocimiento y apoyo, motivaron a desarrollarme como persona y profesionalmente en la Universidad de Ciencias Comerciales UCC.

- Aniesmark Jhossira Rosales Ochoa
Agradezco primeramente a Dios por que ha estado conmigo a pesar del contratiempo que se me presentaron dándome fortaleza para continuar, a mis Padres quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en inteligencia y capacidad. Es por ello que soy lo que soy ahora.

ANEXOS

Anexo # 1 preguntas de recolección de datos

ENCUESTA

Nombre de las encuestadoras:

Gabriela Michell Hidalgo Salazar

Nazareth Raquel Corea Castillo

Aniesmark Jhossira Rosales Ochoa

Edad:

Fecha:

Estimados encuestadores: Esta encuesta tiene como objetivo conocer la efectividad de las vallas publicitarias de la empresa SINSA S.A del Km 7 al Km 10 carretera a Masaya, por lo que solicitamos de su apoyo y honestidad al momento de responder.

¿Ha escuchado usted que es una valla publicitaria?

-Si () No ()

¿Te ha detenido a ver una valla publicitaria?

- Si () A veces () Siempre () De vez en cuando ()

- No ()

¿Usted ha comprado productos de SINSA S.A.?

-Si () A veces () Siempre () De

vez en cuando ()
-No ()

¿Ha visto una valla publicitaria de SINSA S.A. en carretera Masaya?

-Si () A veces () Siempre () De vez en cuando ()
-No ()

¿Ha comprado productos en SINSA S.A. gracias a las vallas publicitarias?

- Si () A veces () Siempre () De vez en cuando ()
- No ()

¿Con que frecuencia compra usted en esta empresa

- Si () A veces () Siempre () De vez en cuando ()
- No ()

¿Qué es lo que ha captado su atención de estas vallas?

-Color () -Ubicación () -Diseño ()

¿Cree usted que estas vallas son efectivas para la empresa SINSA S.A.?

-Si () No ()

¿Les genera las ganancias esperadas?

¿Cuánto es el porcentaje de clientes que tiene gracias a las vallas publicitarias?

ENTREVISTA

¿Es efectiva esta publicidad de vallas para ustedes como empresa?

¿Cada cuánto hacen cambio de publicidad?

¿Cuántas vallas publicitarias tiene en carrera a Masaya?

EVALUACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS ACUÍCOLAS DE DETERMINADAS GRANJAS CAMARONERAS EN EL DEPARTAMENTO DE CHINANDEGA, EN EL PERÍODO DE JULIO A DICIEMBRE DEL AÑO 2022.

EVALUATION OF GOOD AQUACULTURE PRACTICES OF CERTAIN SHRIMP FARMS IN THE DEPARTMENT OF CHINANDEGA, DURING THE PERIOD FROM JULY TO DECEMBER 2022



Juan José Guevara Castro
Ing. Industrial, Universidad de Ciencias Comerciales,
Nicaragua
(jg404291@gmail.com)

Luisa Ariana Martínez Novoa
Ing. Industrial, Universidad de Ciencias Comerciales,
Nicaragua
(luisaarianamartineznovoa@gmail.com)

Yeral Bismark Ríos Castillo
Ing. Industrial, Universidad de Ciencias Comerciales,
Nicaragua
(riosyeral82@gmail.com)

RESUMEN:

Las granjas camaroneras del occidente de Nicaragua no cumplen en su totalidad con el manual de buenas prácticas acuícolas dando como resultado esta investigación, que lleva por objetivo principal evaluar el porcentaje de cumplimiento de BPAC de determinadas granjas, identificando igualmente la afectación en temas de inocuidad en las que incurren cada granja. Se realizó una investigación de tipo aplicada en la que se busca determinar el porcentaje de cumplimiento del manual de BPAC, el nivel de conocimiento de los trabajadores y la afectación de sus actividades en el medio ambiente; la muestra en estudio son los trabajadores de las granjas quienes velan por el cumplimiento BPAC. La investigación fue realizada en un período de cinco meses, período en el que se desarrolló el ciclo de producción de las granjas permitiendo evaluar conforme al proceso. Como resultado se obtuvieron que cumplen deficientemente y mediamente bueno. Se llegó a la conclusión que ambas granjas estudiadas tienen mayor debilidad en la inocuidad y trazabilidad dado que descuidan aspectos que representan gran afectación para el consumo humano y no tienen control de sus actividades.

PALABRAS CLAVES: Buenas prácticas acuícolas, Cumplimiento, Afectación, Inocuidad, Trazabilidad.

ABSTRACT:

Shrimp farms in western Nicaragua do not fully comply with the manual of good aquaculture practices, resulting in this investigation, whose main objective is to evaluate the percentage of BPAC compliance of certain farms, also identifying the impact on safety issues in those incurred by each farm. An applied investigation was carried out in which it is sought to determine the percentage of compliance with the BPAC manual, the level of knowledge of the workers and the impact of their activities on the environment; The sample under study are the farm workers who ensure BPAC compliance. The investigation was carried out in a period of five months, a period in which the production cycle of the farms was developed, allowing to evaluate according to the process. As a result, poorly and moderately good compliance were obtained. It was concluded that both studied farms have a greater weakness in safety and traceability since they neglect aspects that represent great affectation for human consumption and do not have control of their activities.

KEYWORDS:

good aquaculture practices, Compliance, Affectation, Safety, Traceability.

INTRODUCCIÓN

Nicaragua goza del privilegio de tener la capacidad y la fuerza de producir. En este ámbito y referido al rubro alimentario, se afirma que es uno de los principales rubros en los que a nivel micro e industrial se obtienen grandes ingresos para la economía mediante la satisfacción de la demanda

nacional y, dada la calidad de muchos productos, también le ha valido a la producción nacional la inserción en los mercados internacionales.

Fruto de estos esfuerzos y para diversificar el sector, en los años 80 el país inicia un programa de agro acuicultura, inicialmente se realizó experimentación con cultivos de especies de peces de agua dulce (tilapia nilótica y tilapia aurea, guapote y la introducción de carpas). Posteriormente, en la década de los 90 inversionistas nacionales y extranjeros se interesaron en la camaronicultura porque pudo preverse que era algo más prometedor. Las primeras concesiones para la construcción y explotación camaronera sumaban 8,299 hectáreas hacia el año 1998.

Al darse un nuevo tipo de producción que estaba directamente vinculada al consumo humano, se tuvo que prever y estructurar un conjunto de prácticas que se convirtieran en el quehacer diario para obtener los mejores resultados sobre todo por la obtención de un producto seguro para su consumo. Estas estaban enfocadas en el diseño de las granjas y menguar el impacto al medio ambiente (Construcción y Protección del medio ambiente); que durante la producción se procurara dar al camarón las condiciones óptimas para su desarrollo (Respeto al bienestar de los animales en cría); que una vez finalizado el ciclo de producción en las granjas se diera el proceso de cosecha de una manera segura hasta la entrega a las plantas procesadoras (Cosecha de producto sano y mantenido sano); que las plantas procesadoras cumplieran con los requisitos por resguardo en la sanidad en sus operaciones de procesamiento del camarón (Procesar con

seguridad); que durante todo el ciclo productivo se llevara registro de las actividades y prácticas realizadas hasta la cosecha (Trazabilidad del producto); y finalmente, garantizar que todos los aspectos anteriores llevaran a garantizar que el producto final es apto y seguro para su consumo (Inocuidad del producto).

Dada la necesidad, la Dirección General de Protección y Sanidad Agropecuaria (DGPSA) antecesor legal del Instituto de Protección y Sanidad Agropecuaria (IPSA) elaboró el Manual General de Buenas Prácticas Acuícolas apoyado en la legislación nacional, las recomendaciones del Organismo Internacional Regional de Sanidad Agropecuaria (OIRSA) del cual Nicaragua es país miembro, así como los requerimientos solicitados por los mercados extranjeros. Dicho Manual que obtuvo su última actualización en noviembre de 2008 se encuentra vigente a la fecha y es presentado como una guía para la elaboración del Manual Interno para los laboratorios larvarios, granjas de maduración, granjas de cultivo y plantas procesadoras.

A pesar de los grandes esfuerzos por el cumplimiento a lo largo de los años, se ha logrado identificar que existen una serie de prácticas y procedimientos inadecuados en el cultivo de camarón en algunas granjas camaroneras. De ahí surge la raíz de la presente investigación científica promovida por la Universidad de Ciencias Comerciales Campus León, desarrollada en un período comprendido de Julio a Diciembre del año 2022, período que coincidió con el ciclo

productivo de las unidades en estudio, realizada por un equipo investigador de la carrera de Ingeniería industrial, cuyo objeto fue evaluar la aplicación de las Buenas prácticas acuícolas en granjas camaroneras ubicadas en el municipio de El Viejo, departamento de Chinandega, por medio del Manual de buenas prácticas acuícolas proporcionado por el IPSA. Cabe destacar que son nulos los antecedentes de esta investigación a nivel nacional, enfocados en realizar una evaluación de BPAc acorde al Manual General de BPAc.

Es de gran importancia no solo el conocimiento de los aspectos que llevan a una producción de camarón a nivel nacional, sino que se debe profundizar en la situación real de la aplicación de las buenas prácticas dado que en la actualidad, dicho rubro se encuentra en auge y crecimiento; hasta mayo del año en curso, del 100% de las exportaciones del rubro acuícola el 53% corresponde al camarón de cultivo, y gracias a la calidad de la producción nacional, le ha permitido a Nicaragua comercializar el producto camaronero en grandes mercados internacionales como son Canadá, Estados Unidos y recientemente, la Unión Europea.

METODOLOGÍA

Tipo de Estudio

En función del propósito: El presente documento se refiere a una investigación de tipo aplicada puesto que busca evaluar las buenas prácticas acuícolas en base al manual de BPAc y la legislación nacional vigente, apoyados en instrumentos de recolección de datos que generen

un porcentaje de conocimiento y aplicación de las BPAc en las granjas en estudio.

Enfoque: Cuantitativo

Por su naturaleza, la investigación es cuantitativa ya que cada uno de los elementos obtenidos por medio de los instrumentos de recolección de datos se le asigna un valor porcentual a criterio de los evaluadores de acuerdo a la relevancia considerada.

Alcance: Descriptivo

Por la profundidad el tipo de investigación es de carácter descriptivo al buscar el mayor número de detalles, características y procesos realizados por la muestra en estudio.

Diseño: No Experimental

Esta investigación es de tipo no experimental al estar basada en la evaluación de las variables en estudio por medio de la observación, dichas variables no son manipuladas por los autores simplemente son la guía para el desarrollo de la misma.

Tiempo: Corte Transversal

La investigación es de corte transversal puesto que, se evalúan los datos de las variables recopiladas sobre la población en estudio en un periodo de cinco meses; además que, los datos obtenidos son funcionales solamente para el periodo de la investigación pudiendo sufrir cambios a futuro.

Área de Estudio:

El presente proyecto de investigación fue realizado en Nicaragua, al Noroeste del país en el departamento de Chinandega, lugar donde se encuentra mucha actividad dedicada a la camaricultura, se evaluó a 2 granjas camaroneras situadas en el Congo-Buena Vista en el municipio

de El Viejo, ambas granjas se encuentran en la misma zona a 2 km de distancia entre ellas.

Unidades de análisis:

Para la realización de la presente investigación se tomó como población en análisis al personal de trabajo de las granjas camaroneras en estudio dicho personal será reducido con el fin de una muestra a la cual se le pueda aplicar de manera eficaz el enfoque del estudio.

Muestra:

Se tomó una muestra de tipo No probabilística por conveniencia considerando la población limitada y la asignación del personal por parte de la administración.

Métodos e Instrumentos de Recolección de Datos

Observación:

En cada una de las visitas el principal método de recolección de datos fue la observación, en el que cada uno de los evaluadores valoraron las condiciones de las instalaciones, el comportamiento de los evaluados, la veracidad de las acciones y el correcto cumplimiento de los requerimientos del manual.

Check list:

Se creó un check list basado en los requerimientos del manual de buenas prácticas de acuicultura proporcionado por el IPSA, a esta lista de verificación se le aplicó una escala de calificación de 0 a 1 con intervalos de 0.25 puntos, según el nivel de cumplimiento para cada acápite.

Para cuantificar el cumplimiento, se sumaron los resultados de cada acápite perteneciente a un mismo capítulo y se compararon con el puntaje máximo a obtener.

Tabla 1 Clasificación por porcentaje de cumplimiento de BPAC

Puntaje	Calificación
0-50	Deficiente
51-70	Medianamente Bueno
71-90	Bueno
91-100	Excelente

Fuente: Elaboración de los autores

Diagnóstico de Cumplimiento:

Para establecer el nivel de cumplimiento de las BPAC de las granjas en estudio se procesaron los valores que dan como resultado el cumplimiento o no cumplimiento de los aspectos considerados en el manual.

Confiabilidad y Validez de los Instrumentos

Los Instrumentos de recolección de datos utilizados en este proyecto de investigación (entrevista, revisión documental, encuestas y observación) no fue necesario la validación de los mismos debido a que estos fueron extraídos del manual de BPAC proporcionado por una institución pública la cual se desempeña en función de desarrollar un eficiente sistema de vigilancia sanitaria que contribuya a la prevención, control y erradicación de las enfermedades del camarón de cultivo enlistadas en la Organización Mundial de Salud Animal (OMSA), y a la producción acuícola y pesquera así regular las buenas prácticas para el cultivo del camarón.

3.6 Procesamiento y Plan de Análisis de la Información

Para la elaboración de los check list y encuestas, así como el procesamiento de la información obtenida se hizo uso del paquete de Microsoft.

En el proceso de recopilación de información se realizaron 3 visitas a las granjas

1. Visita de reconocimiento a propietario, trabajadores y reconocimiento del local
2. Aplicación de Check list y levantamiento de datos propuestos por el manual.
3. Observación de las condiciones del lugar

ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación, se exponen con detalle los resultados obtenidos por medio de los instrumentos de recolección de datos aplicados en las granjas camaroneras 1 y 2, respectivamente.

Porcentaje de Cumplimiento de las BPAC de las granjas en estudio

- **Granja 1**

A continuación, se presenta una tabla que determina el porcentaje de cumplimiento del manual de BPAC de la granja 1; se le asignó un porcentaje de relevancia a cada capítulo del 20% tal como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 2 Porcentaje de Cumplimiento de BPAC Camaronera 1

CUMPLIMIENTO DE LAS BPAC CAMARONERA "1"			
Aspectos	% Relevancia	% Obtenido	Calificación
Construcción y protección de medio ambiente	20%	58%	12%
Respetar el bienestar de los animales en cría	20%	50%	10%
Control de producto sano y mantenido sano	20%	49%	10%
Inocuidad del producto	20%	39%	5%
Trazabilidad del producto	20%	48%	10%
% de cumplimiento	49%		

Fuente: Elaboración de los autores

Se logró determinar que la granja camaronera 1 obtiene un 49% de cumplimiento que según la tabla 1, representa un valor deficiente.

Tras evaluar a la muestra en estudio, así como las condiciones de la granja se identifica mayor debilidad en la inocuidad en las fases de producción y trazabilidad del producto.

En esta evaluación se evidenció que los trabajadores desconocen de la importancia de entregar un producto inocuo, además que la granja no cuenta con equipos, herramienta y/o materiales que le permitan garantizar la inocuidad. La trazabilidad del producto es otro capítulo

en que la granja presenta debilidad ya que no cuentan con formatos que permitan registrar las actividades que realizan impidiendo la posibilidad de rastrear el producto desde su proceso inicial y las posibles incidencias que pudieron representar un riesgo.

La granja 1 obtiene mayor porcentaje en los demás capítulos, dado que refieren a actividades que no son manipulables por los trabajadores, sino, posicionamiento de la granja en la actualidad y aportes en los procesos de producción.

Granja 2

A continuación, se presenta una tabla que determina el porcentaje de cumplimiento del manual de BPAC de la granja camaronera 2; se le asigno un porcentaje de relevancia a cada capítulo del 20% tal como se presenta en la siguiente tabla.

Tabla 3 Porcentaje de Cumplimiento de BPAC Camaronera 2

CUMPLIMIENTO DE LAS BPAC CAMARONERA "2"			
Aspectos	% Relevancia	% Obtenido	Calificación
Construcción y protección de medio ambiente	20%	66%	13%
Respetar el bienestar de los animales en cría	20%	69%	14%
Control de producto sano y mantenido sano	20%	63%	13%
Inocuidad del producto	20%	43%	9%
Trazabilidad del producto	20%	54%	12%
% de cumplimiento	59%		

Fuente: Elaboración de los autores

Se determinó que la granja camaronera 2 obtuvo una puntuación global de un 59% de cumplimiento esto quiere decir que su nivel de cumplimiento es mediamente bueno según la tabla 1 Calificación por porcentaje de cumplimiento en el manual de buenas prácticas acuícolas.

Los puntos en los que se aprecia mayor debilidad son: inocuidad en la fase de producción y trazabilidad del producto.

Existe un grave desconocimiento de inocuidad, así como falta de capacitaciones o talleres de aprendizaje para nuevos trabajadores para enseñar las técnicas y procedimientos adecuados para realizar las diversas actividades, así como para utilizar los diferentes dispositivos que son utilizados en este campo de trabajo.

Otro punto que se logró visualizar que tiene una fuerte debilidad es la trazabilidad pese a que cuentan con formatos de dosificación de alimentos se pudo apreciar que carece de datos, y no cuentan con formatos para las actividades realizadas que es de importancia llevar un control o registro ya que la trazabilidad nos permite rastrear un producto desde su inicio hasta su final.

La granja 2 obtiene valores por encima del 59% en los demás capítulos, a pesar de estar por arriba del 60% forman parte importante de las BPAC, pero se consideró hacer hincapié en los puntos que fueron reflejado con menor porcentaje debido a su gran importancia, cabe recalcar que esta granja estuvo a punto de obtener una certificación de BPAC, pero debido a problemas internos como económicos ese sueño no llego a ver la claridad.

Diseñar un instrumento de control de las actividades realizadas que permita dar trazabilidad al proceso.

El diseño de los instrumentos de control de las actividades realizadas fue elaborado en base a los requerimientos del manual, de modo que la información solicitada permita dar trazabilidad a los procesos realizados en caso de alguna no conformidad identificada

Nombre del Registro:

- Ingreso a la granja
- Cosecha y Venta de producto
- Control de Enfermedades
- Parámetros y Químicos utilizados en productos cosechados
- Registro del uso de agentes terapéuticos
- Control de parámetros
- Dosificación de alimento

Identificar los factores y puntos de control crítico que puedan afectar la calidad del producto en su entorno.

Factores que Afectan la Calidad del Producto en su Entorno

•**Factores Químicos:** productos químicos utilizados como desinfectantes, probióticos, alimentos, combustibles, pólvora, pesticidas, insecticidas.

•**Factores Biológicos:** presencia de virus y/o bacterias en el agua, presencia de plaga, organismos no deseados.

•**Factores Físicos:** presencia de materia extraña en las pilas, bines, hielo etc.

Puntos de Control Crítico

Se elaboraron considerando el tipo de riesgo que representa cada etapa del proceso, la justificación del mismo y las medidas preventivas a tomar. Tal como se detalla en la tabla 4 adjunta en anexos.

Formular una serie de mejoras referente a las buenas prácticas acuícolas para las granjas camaroneras en estudio:

Planificación y control de la producción

Permitirá a las granjas el diseño del sistema, habilitando la capacidad de prever el cumplimiento de objetivos y metas, identificando elementos que le favorezcan y desfavorezcan, así como mantener vigilancia sobre cada uno de los aspectos y áreas del proceso productivo.

Mejoras:

- Fijar objetivos y metas que sean las líneas guías del proceso.
- Proyección de pronósticos.
- Planificación de recursos.
- Diseño de planes de contingencia para situaciones ya acontecidas en las granjas según su historial de operaciones.

Inversión en infraestructura, instrumentos y equipos

Contar con las condiciones adecuadas y las herramientas necesarias marca la pauta para un mejor desarrollo de las operaciones diarias.

Mejoras:

- Invertir en el mejoramiento y/o mantenimiento de las edificaciones.

- Colocar rotulación en las diversas áreas habilitadas para los trabajos de las granjas.
- Aseguramiento del perímetro terrestre, para evitar el ingreso de animales.
- Adquisición de instrumentos para análisis de rutina propio de los ciclos, así como equipos de electrónicos y tecnológicos que ayuden a dar seguimiento al proceso de producción.
- Organización de los espacios de las granjas en edificios y áreas circundantes.

Gestión Ambiental

Es necesario desarrollar las actividades en un entorno sano, sin alterar las condiciones ambientales naturales.

Mejoras:

- Identificación de los riesgos que representa la operación de las granjas para el medio ambiente.
- Capacitación a todas las áreas de la granja sobre el manejo responsable de las operaciones en pro del cuidado del medio ambiente.
- Procurar un buen manejo de los desechos sólidos para evitar proliferación de plagas y contaminación.

Higiene y seguridad ocupacional

Permitirá identificar los riesgos, factores y saber cómo actuar en casos ya delimitados por las granjas.

- Diseño de un plan de contingencia en caso de accidentes, ataque de depredadores o especies propias de la zona, así como invertir en la creación de un botiquín de primeros auxilios.
- Disposición de insumos para higiene personal de los trabajadores.
- Garantizar equipos necesarios a los trabajadores, sobre todo a los de área de estanques.

CONCLUSIONES

Habiendo llegado a la parte final del proyecto investigativo, se reafirma que todo este proceso se desarrolló basado en el Manual General de Buenas Prácticas Acuícolas proporcionado por el IPASA, el cual es presentado como una guía o modelo para el diseño y control del desarrollo de las actividades diarias de laboratorios larvarios, granjas de maduración, granjas de cultivo y plantas procesadoras, en el caso particular de las unidades de esta investigación, referido a las granjas de cultivo en estudio respectivamente, y de esta forma se concluyen las siguientes aseveraciones:

Se obtuvo un **49%** de cumplimiento total en una de las granjas, y de acuerdo a calificación por porcentaje, se determinó que la granja tiene un **Cumplimiento deficiente** de Buenas Prácticas Acuícolas, un resultado fuertemente marcado por no poseer un manual interno de Buenas Prácticas, falta de claridad en las funciones de cada cargo, no se lleva registro documentado de ningún tipo de actividad y, por tanto, no se puede identificar la trazabilidad ni garantizar la calidad e inocuidad del producto final.

Por su parte, la segunda granja estudiada obtuvo un **59%** de cumplimiento total y, con base en la calificación por porcentaje, se determinó que la granja tiene un Cumplimiento medianamente bueno de Buenas Prácticas Acuícolas, no se encontró un manual interno, sin embargo, hay una buena identificación entre los trabajadores y las tareas asignadas, por otro lado, aunque se constató registro documentado de actividades, aún falta documentar y llevar control de demás

aspectos de rutina, por lo que se afirma que la trazabilidad es inconsistente, y por esa razón no se puede dar seguimiento a detalle al proceso, y no se puede garantizar calidad e inocuidad del producto final.

Se detectó una extrema debilidad en el sistema de trazabilidad de ambas granjas, evidencia parcial en el caso de la segunda granja estudiada, y evidencia nula fue el resultado en la primera granja estudiada, carecen de formatos que permitan dar trazabilidad al proceso en su integridad. Los investigadores adjuntan en este informe una serie de formatos que se presentan como un complemento para que las administraciones de las granjas en estudio puedan darle un mayor seguimiento al desarrollo de las actividades diarias, de tal forma que se pueda sustentar la trazabilidad del ciclo productivo.

Aunque la ejecución de los PCC concierne a las plantas procesadoras, se puede implementar un PCC en las granjas a nivel interno para brindar un mejor control sobre todo en aquellos aspectos que representan un riesgo para la inocuidad del producto. Por su parte, los investigadores proponen a las granjas y se adjunta en este documento, un modelo con aquellos elementos que se consideran de mayor relevancia para abordar en los PCC a nivel de las granjas en estudio.

Finalmente, durante las visitas de campo se pudo constatar la debilidad o carencia de algunos aspectos que, aunque el manual no los cita como tal, los investigadores identificaron y consideraron a bien generar una serie de recomendaciones que les permitan a las granjas poder desarrollar sus

actividades de manera más formal y estructurada, referentes a los requerimientos del Manual General de Buenas Prácticas Acuícolas.

Futuras líneas de investigación:

Hasta la fecha, en Nicaragua se encuentra vigente el Manual General de Buenas Prácticas Acuícolas publicado en noviembre de 2008 por el Instituto de Protección y Sanidad Agropecuaria (IPSA) conforme a las recomendaciones del OIRSA (Organización Internacional Regional para la Sanidad Agropecuaria), la legislación nacional y requisitos solicitados por los mercados internacionales.

Actualmente se fragua una actualización del Manual por considerarse obsoleto y superficial. Se insta al desarrollo de la investigación en Buenas Prácticas Acuícolas con las nuevas actualizaciones del manual de acuerdo a las nuevas recomendaciones y solicitudes.

La presente investigación se desarrolló en granjas que no gozan de una certificación en BPAc. Se sugiere ampliar en este marco investigativo con granjas Certificadas y no certificadas para enriquecer la experiencia.

Investigaciones a realizar:

1. Buenas Prácticas de Manufactura de camarón de cultivo en plantas procesadoras.
2. Buenas prácticas de almacenamiento y ciclo frío de camarón en plantas procesadoras.
3. Estudio de trazabilidad del camarón de exportación en la cadena de suministro.

AGRADECIMIENTOS

A Dios: Fuente de la sabiduría, por iluminar nuestros pensamientos de manera constante en nuestras vidas, a nuestros tutores que han sido artífices en el dinamismo de la construcción del conocimiento, a nuestras familias por ser el motor que mueve y motiva nuestros pasos, por su apoyo incondicional, por su constancia, por sus consejos a nuestra alma mater por procurarnos una educación de excelencia, calidad y valores, para ser parte de la familia de la gente que triunfa y a las empresas camaroneras:

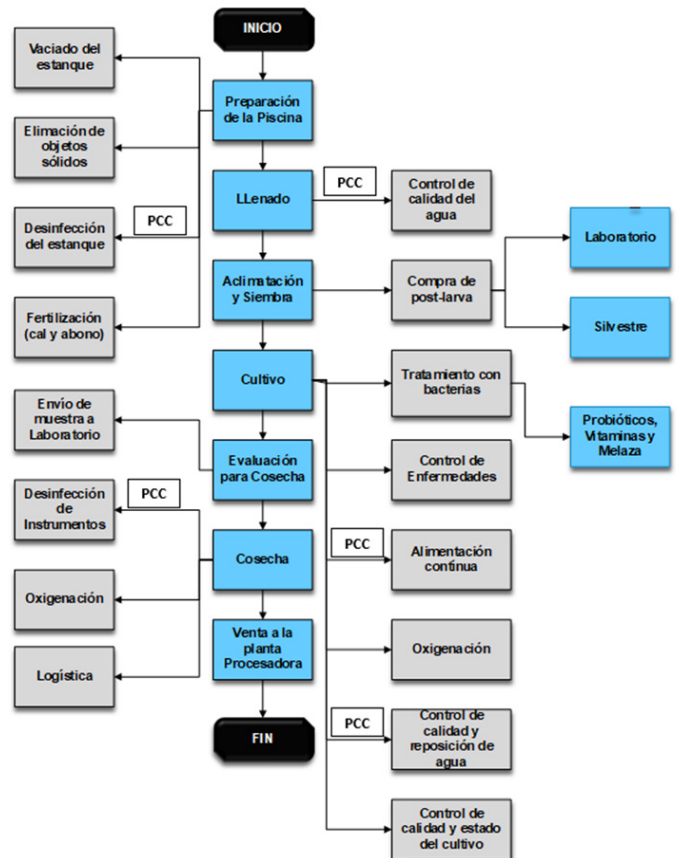
Por haber permitido la realización de este proyecto investigativo en sus instalaciones y por el apoyo brindado con información y sus valiosos aportes. Y a todas las personas que en este período nos dedicaron una certera palabra de ánimo, y ello también contribuyó en el desarrollo de este trabajo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

IMPESCA. (s.f.). Obtenido de <http://www.inpesca.gob.ni/index.php/en/>
 IPSA. (2008). BPAc. En IPSA, MANUAL GENERAL DE BUENAS PRACTICAS AGRICOLAS (pág. 5).
 Miranda, L. G. (2013). Revisión del nivel de cumplimiento de las buenas prácticas acuícolas en el departamento de producción de finca primaria Aquacorporación Internacional S.A., ubicada en Cañas, Guanacaste” .


ANEXOS

Figura 10. Puntos de Control Crítico reflejados en diagrama de proceso



LOS CONFLICTOS EN LA COMUNIDAD INDÍGENA DE MATAGALPA EN EL SEGUNDO CUATRIMESTRE DEL AÑO 2022

CONFLICTS IN THE INDIGENOUS COMMUNITY OF MATAGALPA IN THE SECOND QUARTER OF 2022



Maryam Collado Ibarra
Máster, Universidad Ciencias Comerciales, Nicaragua
(prof.maryam.collado@ucc.edu.ni)

RESUMEN:

La presente investigación científica tiene como objetivo general determinar los conflictos en las propiedades pertenecientes a la Comunidad Indígena de Matagalpa en el segundo cuatrimestre del año dos mil veintidós, los cuales a lo largo de los años han sido un problema dentro de esta institución por lo que se trata de determinar los tipos de conflictos, mecanismos de resolución y procedimientos de certificación todo ello realizado en dicha institución, en la cual uno de los problemas identificados ha sido la falta de orden al otorgar las certificaciones de uso y goce, contratos de arriendo y traspaso de cesión de uso y goce.

La investigación por su nivel de profundidad es descriptiva. Todos estos conflictos fueron analizados mediante herramientas como es guía de observación, análisis del SPSS en la realización de encuestas y entrevistas que arrojaron resultados precisos en base a los objetivos planteados para ellos se hizo un análisis con enfoque cuantitativo con propiedades cualitativas en una población de 156 personas tomando un muestra de 23 usufructuarios a través de muestreo no probabilístico por conveniencia que presentaron problemas a la hora de inscribir sus derechos reales, por lo que resulta que que no siempre hay conflictos al momento de inscribir pero que si existen, que hay una falta de un control estricto por parte de la Comunidad Indígena de Matagalpa en manejar quienes son los usufructuarios actuales de los lotes pertenecientes a la misma comunidad, la doble inmatriculación, y la mala determinación del área de terreno

otorgada en arriendo, esto debido a la falta de un plano catastral por la parcela o lote de terreno otorgado en arriendo o uso y goce, ocasionando estos conflictos territoriales con los colindantes tomándose como conclusión también que los mecanismos que utilizan las autoridades de la Comunidad Indígena de Matagalpa para resolver conflictos territoriales con los usufructuarios y otras instituciones, son dictados por la Junta Directiva de la Comunidad Indígena en sesiones en la que buscan una solución óptima para determinados conflictos.

PALABRAS CLAVES: Comunidad Indígena, conflicto propiedad, usufructuarios, certificación, junta directiva, Matagalpa,

ABSTRACT:

The objective of this scientific investigation is to determine the conflicts in the properties belonging to the Indigenous Community of Matagalpa, which over the years have been a problem within this institution, so it is about determining the types of conflicts, mechanisms of resolution and certification procedures, all carried out in said institution, in which one of the problems identified has been the lack of order when granting the certifications of use and enjoyment, lease contracts and transfer of assignment of use and enjoyment.

All these conflicts were analyzed using tools such as the observation guide, SPSS analysis in the conduct of surveys and interviews that yielded precise results based on the objectives

INTRODUCCIÓN

set for them, an analysis was made with a qualitative approach with qualitative properties in a population of 156 people taking a sample of 23 usufructuaries through non-probabilistic sampling for convenience who presented problems when registering their real rights, so it turns out that there are not always conflicts at the time of registration but that they do exist, that there is a lack of a strict control by the Indigenous Community of Matagalpa in managing who are the current usufructuaries of the lots belonging to the same Community, Double registration and the misdetermination of the area of land granted for lease, this due to the lack of a cadastral plan for the plot or lot of land granted for lease or use and enjoyment, causing territorial conflicts with the neighboring ones, also taking as a conclusion that the mechanisms used by the authorities of the Indigenous Community of Matagalpa to resolve territorial conflicts with the usufructuaries and other institutions, are dictated by the Board of Directors of the Indigenous Community in sessions in which they seek an optimal solution for certain conflicts, analyzing the immediate antecedent, then the problem that has brought them to the session and finally the deliberation dictated by the Board of Directors with its ruling and final resolution, proposing a better organization in the direct board of said institution.

KEY WORDS:

Indigenous Community, property conflicts, usufructuaries, certification, board of directors, Matagalpa.

El proyecto investigativo sobre los conflictos en las propiedades pertenecientes a la comunidad indígena de Matagalpa, que en determinadas propiedades tiene problemas al momento de inscribirlas en el Registro de la Propiedad de Matagalpa, por muchas causas siendo las principales: la falta de orden al otorgar las certificaciones de uso y goce, contratos de arriendo y traspaso de cesión de uso y goce. Se formularon cuatro objetivos uno general y tres específicos a los cuales se busca dar respuesta de manera concisa los cuales son: 1. Identificar los conflictos de las propiedades indígenas al momento de su inscripción en el Registro Público de la Propiedad Inmueble y Mercantil de Matagalpa. 2. Analizar los mecanismos que utilizan las autoridades de la Comunidad Indígena de Matagalpa para resolver conflictos territoriales con los usufructuarios y otras instituciones. 3. Proponer un procedimiento efectivo para otorgar certificaciones de uso y goce de la propiedad indígena de Matagalpa. La investigación cuenta con antecedentes internacionales, nacionales y un antecedente local el cual fue una limitante dentro de la investigación. El motivo por el cual se realizó la presente investigación es profundizar en el estudio de la problemática entre las propiedades de la Comunidad Indígena de Matagalpa la cual permitirá conocer el origen de las diferentes situaciones que se presentan, al momento de realizar las certificaciones de uso y goce de dichos terrenos, esto dado a la colaboración que se ha tenido durante el primer semestre del año dos mil veintidós con dicha institución permitiendo el acceso a toda la información necesaria para

la realización de este trabajo, información que será de suma importancia para la realización de futuras investigaciones, ya que al encontrarnos con poca información sobre ello se limita el nivel de búsqueda y opiniones de algunos especialistas, dicha investigación servirá para los futuros asesores legales de la Comunidad Indígena de Matagalpa puesto que dichos conflictos retrasan el oficio que se realiza cotidianamente, también a los usufructuarios pues la celeridad del proceso en estas situaciones es de máxima importancia. También se buscó confirmar o negar los supuestos básicos o hipótesis de la investigación en la cual se determina que los problemas que se encuentran en los terrenos pertenecientes a la Comunidad Indígena de Matagalpa son debido a la falta de control y de documentación que debe existir como antecedente y de dominio en los expedientes de la Comunidad Indígena de Matagalpa, así como también la mala determinación de los territorios otorgados en usufructo a las personas naturales y/o jurídicas y la ralentización al momento de resolver de manera interna un conflicto territorial entre usufructuarios.

METODOLOGÍA:

El tipo de investigación del trabajo es descriptiva y explicativa con un enfoque cuantitativo con elementos cualitativos, porque se define como una investigación ordenada de fenómenos que se obtiene a través de la recopilación de datos cuantificables. El estudio se realizó en la ciudad de Matagalpa, con expertos y abogados que asesoran las oficinas de la Comunidad Indígena de Matagalpa, la que se encuentra ubicada del

Hotel Bermúdez una cuadra al oeste en esta ciudad de Matagalpa., la que presenta la cantidad aproximadamente de doce (12) trabajadores quienes se encargan de la parte administrativa de la comunidad, entre ellos a los directivos de la comunidad quienes tienen la obligación de levantar cesión y otorgar las autorizaciones para efectuar las diferentes transacciones de las propiedades pertenecientes a la Comunidad Indígena, y se llevó a cabo en el segundo cuatrimestre del año 2022, tomando la población de 156 usufructuarios de la cual resulta una muestra probabilística por conveniencia en 27 personas 4 asesores y 23 usufructuarios a quienes se les aplicó técnicas e instrumentos de recolección de datos como fue la entrevista, la encuesta y la guía de observación. Para el proceso de recolección de datos se realizó la prueba piloto con el programa SPSS en Alfa de Cronbach con el fin de averiguar la confiabilidad de las encuestas dando esta un resultado del 0.741% que está dentro del rango aceptable por la Universidad de Ciencias Comerciales (UCC).

ANÁLISIS DE RESULTADOS:

Análisis obtenidos:

Del proceso de análisis de datos se ha obtenido información relevante para poder responder los objetivos planteados por los investigadores, por tanto:

1.- Referente a identificar los conflictos de las propiedades Indígenas al momento de su inscripción en el Registro Público de la Propiedad Inmueble y Mercantil de Matagalpa se obtuvo

en base a las entrevistas sobre el conocimiento que algunos asesores legales tienen sobre la existencia de diferentes tipos de conflictos al momento de inscribir un lote de terreno de la Comunidad Indígena, estos alegaron que no siempre hay conflictos al momento de inscribir pero que si existen. Para lo cual se identifican estos conflictos que con mayor afluencia se presentan al momento de inscribir una propiedad de la Comunidad Indígena son:

- a) Falta de un control estricto por parte de la Comunidad Indígena de Matagalpa en manejar quienes son los usufructuarios actuales de los lotes pertenecientes a la misma Comunidad,
 - b) La doble inmatriculación, este es un problema que surge de no llevar un estricto control de lo que se otorga en arriendo o uso y goce.
 - c) La mala determinación del área de terreno otorgada en arriendo, esto debido a la falta de un plano catastral por la parcela o lote de terreno otorgado en arriendo o uso y goce, ocasionando esto conflictos territoriales con los colindantes.
- Estos conflictos llevan similitud con lo expuestos en las entrevistas realizadas a los usufructuarios los que en un porcentaje de un 48% indicaron que tuvieron conflictos al momento de su inscripción, siendo varios factores, como la mala determinación del área en el documento público, el dominio no corresponde al que está en el Registro público por no contar con antecedentes inmediatos en el expediente de dicha comunidad, entre otros.

En cuanto a la guía de observación en los expedientes no se localizó certificado de historia

registral, solvencia municipal, y en algunos casos no contaban con plano topográfico actualizado del inmueble.

Este conlleva a que la falta de documentación, la falta de control de los antecedentes y sean los factores más comunes y los que ocasionan conflictos al momento de inscribir una propiedad de dicha comunidad en el Registro Público.

2.- Los mecanismos que utiliza la Comunidad Indígena de Matagalpa para resolver algún conflicto territorial de manera administrativa suelen ser dictados por la Junta Directiva de la Comunidad Indígena, a través de sesiones las autoridades de la Comunidad Indígena buscan una solución óptima para determinados conflictos a través de resoluciones, esto concuerda con lo obtenido en la respuesta de la pregunta N° 8 hecha a los asesores legales.

Una resolución administrativa de la Comunidad Indígena de Matagalpa es un documento interno que certifica lo resuelto y abordado en una sesión de la Junta Directiva, en cambio la resolución o constancia de la Dirac es emitida ante un mediador autorizado por el Poder Judicial para que la resolución o constancia sirva sentencia o medio para proceder por la vía judicial al incumplir lo acordado en la mediación.

En cuanto a la responsabilidad para responder por algún problema de inscripción se obtuvo en las entrevistas que la Comunidad Indígena debería ser responsable siempre y cuando el problema sea interno y ajeno al notario autorizante; las resoluciones administrativas de la Comunidad

Indígena no tienen un plazo exacto para ser emitidas después de su solicitud, pero este plazo puede durar entre una y dos semanas, así mismo la Comunidad Indígena no posee un sistema que haga publicidad a este tipo de resoluciones, por tanto, no hay a ciencia cierta cuantas resoluciones son emitidas por la Comunidad Indígena.

De lo obtenido en las encuestas y guía de observación se analiza que de un 100% de encuestados un 52% tuvo que tramitar una resolución administrativa y le fue entregada para resolver un conflicto territorial, que indica esto, que un 52% es una cifra bastante grande y que demuestra que hay problemas internos con la Comunidad Indígena, problemas que a futuro acarrearán diferentes tipos de conflictos, esto debido a que en los mismos expedientes no se encontraron antecedentes inmediatos, plano, solvencia entre otros documentos, únicamente certificación y escritura de dominio, un expediente bastante pobre para ser de una Comunidad Indígena.

3.-Los usuarios de la comunidad indígena de Matagalpa suelen desconocer los requisitos para optar a las certificaciones de uso y goce; la mayoría no presentando planos firmados y sellados por las Alcaldías Municipales, copias de los antecedentes de posesión de los territorios entre otras.

Algunos lotes presentan problemas de inscripción de vieja data; sin embargo, la comunidad indígena de Matagalpa no lleva un control computarizado para saber a quienes se le ha otorgado

certificaciones, quienes están en posesión de los terrenos, y también desconocen de las personas que inscriben en el registro público de Matagalpa.

Los comparecientes como es de su costumbre llevan documentos informales para solicitar una certificación, ha como son los planos artesanales (dibujos) en donde mencionan sus colindantes pero que no cumplen con lo que requiere la ley en cuanto a las medidas, uso de servidumbres y descripción de mejoras.

La comunidad indígena de Matagalpa sigue aceptando esta documentación en la que en tiempos atrás se podía inscribir; hoy en día los requisitos en el Registro público han variado para llevar un control con más exactitud de las medidas, linderos, ubicación y comparecientes.

Dicho esto, es recomendable que la Comunidad Indígena de Matagalpa primeramente empiece a actualizar sus requisitos para el otorgamiento de certificaciones, exigiendo documentos como identificación de los comparecientes, el plano catastral firmado y sellado por topógrafo, copia de los antecedentes.

Que adopten un sistema computarizado con la suficiente capacidad para respaldar la información física con información digital de lo que se encuentra activo en la Comunidad Indígena, con la finalidad de que los usuarios tengan una mayor seguridad de contratar con la Comunidad Indígena y que estos ofrezcan un servicio adecuado con una

información completa y veraz.

Discusión y análisis de resultados:

A través del trabajo de campo, que se llevó a cabo se obtuvieron los siguientes resultados

1. Conocimiento del proceso de inscripción.

Los usuarios dijeron que ellos conocían el proceso de inscripción en su mayoría según la encuesta, pero al avanzar en el análisis nos dimos cuenta que este porcentaje de aceptación no es confiable.

El 61% de los encuestados dijeron conocer el proceso de inscripción mientras que el otro 39% dijo no conocer el proceso, lo que significa que a pesar de que la Comunidad Indígena de Matagalpa tiene una Junta Directiva que los representan y siendo una institución exclusiva para ellos, todavía hay miembros que no conocen como se debe proceder para tener un terreno debidamente inscrito en el Registro Público de la Propiedad Inmueble y Mercantil de Matagalpa.

Inicialmente resaltamos que el resultado no es confiable por que a medida que se analizó el resto de la información los usuarios que afirman conocer del proceso de inscripción presentan deficiencia en algunas partes de este como por ejemplo la documentación, es decir que ellos tienen una idea o percepción de lo que es el proceso, pero no lo conocen a fondo y todo lo que implica llevarlo a cabo, sin embargo, quienes lo desconocen se reflejan muy notoriamente en las siguientes preguntas.

2. Dificultad para inscribir.

Los Usuarios presentan dificultad al inscribir en su mayoría eso nos indica que la problemática si es real en un valor mayor al 52% aun ellos teniendo conocimiento del proceso y con un 48% que afirma lo opuesto dando como resultado una diferencia mínima.

Estos usuarios al tener dificultad para inscribir sus terrenos comunales, en algunos casos que llega a ser suspendida o denegada la documentación presentada en el Registro Público de Matagalpa, es un punto clave dentro de la investigación puesto que es donde se refleja si los territorios se encuentran o no en situaciones de conflicto ya que esta parte del proceso es la que verifica que inconvenientes tiene la propiedad y la naturaleza de ellos porque estando una vez calificados se define el tipo de resolución más adecuada al problema.

3. Conflictos territoriales

El 48% de los encuestados tuvieron conflictos con su terreno perteneciente a la Comunidad Indígena de Matagalpa, mientras que el otro 52% de los usuarios seleccionados no tuvieron conflictos territoriales.

Este resultado permite conocer el porcentaje de conflictos entre los colindantes ya que no todos son de la misma naturaleza se podría decir que este es uno de los más dominantes dentro de la institución y es un conflicto de naturaleza compleja puesto que depende mucho de la voluntad de las partes para llegar a un acuerdo sin necesidad de acudir a las autoridades competentes.

4. Resolución administrativa.

Un 52% de los encuestados indicó que si ha recibido una resolución administrativa de parte de las entidades a las cuales han acudido. Aunque el margen que indica que NO es un 48% es decir es una opinión de poco contraste ya que difiere en un mínimo de 4 puntos. Esto acontece a que estos casos se pueden resolver tanto por la comunidad indígena, o por voluntad de las partes para evitar alargar el tiempo de conflicto presentando dichos casos en otras instancias donde el último fallo se otorga únicamente por la autoridad, a favor de quien la justicia crea conveniente.

5. Asesoría legal.

En base a la asesoría legal los usuarios encuestados manifestaron un 52% de ellos que, si recibían la asesoría ideal para resolver sus diferentes problemas y un 48% manifestó una mal asesoría y manejo a la hora de atender sus casos, referente a las problemáticas con sus propiedades comunales.

La asesoría legal de la comunidad indígena según los usuarios es eficiente ya que la mayoría ha tenido buen resultado al momento de inscribir; la variación de las respuestas negativas se debe a que la atención no puede ser uniforme porque algunos terrenos presentan problemas más complejos por los antecedentes en su mayoría provocando retrasos en el proceso y por la tanto una percepción negativa dentro del usuario.

6. Conocimiento de documentación requerida.

Los usuarios estimaron que el 70% no tenía

conocimiento de la documentación requerida y solo un 30% si sabía que requisitos debía presentar para el proceso de obtener una certificación de la comunidad indígena de Matagalpa.

Esta es una de las causas más latentes dentro de las dificultades que presentan los usuarios a la hora de inscribir, puesto que al no presentar la documentación adecuada se provoca un atraso desde el inicio en el proceso, ya que deben volver a presentarse con todos los requisitos correspondientes y esto implica, pérdidas de tiempo y dinero siendo que la mayoría de los usuarios no son del casco urbano del municipio de Matagalpa.

7. Conocimiento de costos y aranceles.

El 39% de la población no conoce los costos y aranceles de los procedimientos el otro 61% de los encuestados ya conoce de los costos es decir una mayoría.

La mayoría de los usuarios conocen los costos y aranceles del proceso de inscripción porque tienen más de una propiedad y ya han realizado anteriores procedimientos en dicha institución, aun así, se debe recalcar que los costos varían según la celeridad de los procesos es decir pagar un trámite agilizada cuesta más que un trámite ordinario. A quienes desconocen se le indican las opciones que tienen para la cancelación de los costos.

8. Servicio adecuado

Los encuestados consideran que el servicio de los asesores y demás trabajadores de la comunidad indígena les brinda un servicio adecuado en un porcentaje de 52% positivos y 48% negativos.

Esto incurre en el hecho que la comunidad indígena es una institución accesible donde todos los miembros tienen el mismo acompañamiento en sus gestiones de inscripción, pueden acceder a los asesores, a los miembros de la junta directiva y demás autoridades comunales, por otro parte los usuarios encuestados que presentan la negativa en los servicios es por que realizan sus procedimientos con el acompañamiento de profesionales ajenos a la comunidad indígena y siendo está muy sigilosa con sus procesos legales es decir que no cualquier notario conoce el proceso correctamente se tiende a confundir con otro tipo de procesos de inscripción comunes es decir no pertenecientes a la comunidad indígena.

CONCLUSIONES

1.- Los conflictos de las propiedades indígenas al momento de su inscripción en el Registro Público de la Propiedad Inmueble y Mercantil de Matagalpa son: a) Falta de un control estricto por parte de la Comunidad Indígena de Matagalpa en manejar quienes son los usufructuarios actuales de los lotes pertenecientes a la misma Comunidad, b) La doble inmatriculación, este es un problema que surge de no llevar un estricto control de lo que se otorga en arriendo o uso y goce, y c) La mala determinación del área de terreno otorgada en arriendo, esto debido a la falta de un plano

catastral por la parcela o lote de terreno otorgado en arriendo o uso y goce, ocasionando esto conflictos territoriales con los colindantes.

2.- Los mecanismos que utilizan las autoridades de la Comunidad Indígena de Matagalpa para resolver conflictos territoriales con los usufructuarios y otras instituciones, son dictados por la Junta Directiva de la Comunidad Indígena en sesiones en la que buscan una solución óptima para determinados conflictos, analizando el antecedente inmediato, luego el problema que los ha llevado a la sesión y finalmente la deliberación que dicta la Junta Directiva con su fallo y resolución final. Además, la resolución administrativa tiene como único fin el de resolver un problema interno que la misma comunidad ha creado con la falta de seguridad en su documentación, con la falta de un control real en la documentación y un orden en los terrenos otorgados a los usuarios.

3.- Como propuesta para un otorgamiento efectivo de las certificaciones de la Comunidad Indígena de Matagalpa se propone una mejor organización en la parte interna de dicha comunidad, un mejor control de los expedientes, un manejo del historial registral de los lotes otorgados en arriendo o bien en uso y goce a los usuarios y entrando en materia de tecnología un sistema computarizado con la suficiente capacidad para respaldar la información física con información digital de lo que se encuentra activo en la Comunidad Indígena, con la finalidad de que los usuarios tenga una mayor seguridad de contratar con la Comunidad Indígena y que estos ofrezcan un servicio adecuado con una información completa y veraz.

AGRADECIMIENTO:

Se agradece por el tiempo y la asesoría necesaria para culminar este proyecto a todo el personal de la Comunidad Indígena de Matagalpa, en especial a la Licenciada Mayling de Fátima Vílchez López-Asesora Legal de la Comunidad Indígena de Matagalpa por brindarnos la oportunidad de trabajar con ellos y compartir de su conocimiento, tiempo y amistad para la finalización de esta investigación

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

rango, K. (2020). Psicocode. Obtenido de <https://psicocode.com/ciencia/investigacion-descriptiva/arsura>. (24 de julio de 1992). Arsur.com. Obtenido de CONVENIO CONSTITUTIVO DEL FONDO PARA EL DESARROLLO DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (arlsura.com)

Asamblea Nacional . (03 de marzo de 2013). Obtenido de Diario La Gaceta Oficial : <http://legislacion.asamblea.gob.ni/gacetas/2013/3/g44.pdf>

Asamblea Nacional. (2002). Obtenido de <http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/b92aaea87dac762406257265005d21f7/>

Asamblea Nacional. (02 de marzo de 2011). Diario La Gaceta. Obtenido de ley 757 (ilo.org)

Asamblea Nacional. (2012). Libro indígena y Afrodescendientes, Legislacion Basica en Nicaragua. Managua: ARDISA.

Asamblea Nacional. (11 de diciembre de 2019). La Gaceta, Diario Oficial. Obtenido de Legislacion

Asamblea Nacional : <http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/>

Ayala, M. (1 de marzo de 2021). Entrevista. Obtenido de Liferder: <https://www.liferder.com/entrevista/>

Cn, 4. E. (2019).

Consejo Nacional de Pueblos Indigenas del Pacifico, Centro y Norte de Nicaragua. (2022). Taller Justicia Ambiental desde la miradas de las mujeres indigenas chorotegas del pacifico. Obtenido de <http://www.pueblosindigenaspcn.net/territorios/matagalpa#:~:text=El%20pueblo%20ind%C3%ADgena%20de%20Matagalpa%20est%C3%A1%20ubicado%20a,bienes%20y%20recursos%20del%20Pueblo%20Ind%C3%ADgena%20de%20Matagalpa>.

Consejo Pueblos Indigenas PC Y N. (2022). pueblosindigenaspcn.net. Obtenido de <http://www.pueblosindigenaspcn.net/territorios/matagalpa>

Constitución, p. (2014). REFORMAS. Conv. n° 169 sobre pueblos indigenas y tribales. (2014).

Cruz, P. (2015). LA HISTORIA DEL PUEBLO INDIGENA DE MATAGALPA. MATAGALPA. Declaracion de los derechos de los pueblos indigenas. (2006).

Freire Porcel, D. (2020). ebscohost. Obtenido de google academico : [https://web.s.ebscohost.com/Guadalupe+Busto,+M.+D.+\(2012\).+Obtenido+de+Unlpam:+PROPIEDAD+DE+LOS+PUEBLOS+ORIGINARIOS+\(unlpam.edu.ar\)](https://web.s.ebscohost.com/Guadalupe+Busto,+M.+D.+(2012).+Obtenido+de+Unlpam:+PROPIEDAD+DE+LOS+PUEBLOS+ORIGINARIOS+(unlpam.edu.ar))

Gutierrez, R. B. (2005). Estatutos de la comunidades Indigenas. Matagalpa.

Gutierrez, R. B. (2005). Estatutos de la comunidades Indigenas. Matagalpa.

Hernández, I. J. (Julio Diciembre de 2021). Central America Journals Online . Obtenido de Google Academico : <https://www.lamjol.info/index.php/HCS/article/view/13628>

Hloreley Osorio Mercado, M. J. (2021). Taylor&Francys Online. Obtenido de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08263663.2021.1970330>

La Gaceta Diario Oficial N° 32 . (2014). Principios Fundamentales. En J. F. Sequeira, Constitucion Politica de la Republica de Nicaragua. (pág. 8). Managua: Servicios Culturales Nicaraguenses Sociedad Anonima (SENICSA).

Ley 698, Ley General de Registros Publicos. (2009).

Ley 757, trato digno y equitativo a los pueblos indigenas y afro-descendientes. (2011).

Ley de Mediación y Arbitraje. (2005). Asamblea Nacional. Obtenido de [http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/\(\\$All\)/](http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/($All)/)

Ley de Municipios. (23 de septiembre de 2013). Asamblea Nacional. Obtenido de <http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/>

Martinez, J. (Enero, Febrero de 2018). Proquest . Obtenido de <https://www.proquest.com/openview/>

[a1d80e5019ca36a64c865cae39996d96/1?pq-origsite=gscholar&cbl=28292](https://www.proquest.com/openview/a1d80e5019ca36a64c865cae39996d96/1?pq-origsite=gscholar&cbl=28292)

Mercado, H. O. (2021). Dialnet. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=294292>

Mexicana, N. E. (2022). Consecuencias de los conflictos territoriales. Ciudad de Mexico.

Mondardo, M. (2022). Scielo . Obtenido de GEUSP : <https://www.scielo.br/j/geo/a/Wk7ZQKHky6fZtGMJwgxPjiN/?lang=en>

Nacional, A. (2012). LEY N° 40 DE MUNICIPIOS.

Organizacion Internacional del Trabajo. (2014). Convenio No 169 sobre Pueblos Indígenas y Tribales. Obtenido de ILO: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_345065.pdf

Paguagua, L. S. (28 de Junio de 2019). Revista Recientec. Obtenido de Google Academico: <https://revistarecientec.unan.edu.ni/index.php/recientec/article/view/173>

Pao, M. J. (13 de septiembre de 2018). Con la tecnologia de Blogger. Obtenido de <https://pao-majo.blogspot.com/2018/09/enfoque-mixto.html>

ANEXOS

Anexo 1. Publicaciones sobre “Propiedades de la Comunidad Indígenas” en bases de datos científicas

Bases de datos científicas utilizadas	No. de publicaciones relacionadas con la investigación de acuerdo a la base de datos	De publicaciones con mayor reconocimiento científico	Tipos de publicaciones identificadas
Google Académico	Aproximadamente 21,700 resultados	5 publicaciones citados entre 28 - 91 veces	Artículos de revistas, revistas de estudios, Artículos de revisión. Otros tipos de publicación
Scielo	Resultados 4	4 publicaciones citados entre 33 – 74 veces	Colección Revista
Dialnet	56 documentos encontrados	29 publicaciones citables	<ul style="list-style-type: none"> • Artículo de revista (29) • Tesis (25) • Libro (2)

Fuente: Elaboración de los autores

Anexo 2. Operacionalización de las Variables.

Variables	Tipo de Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Instrumento
Los Conflictos En Las Propiedades	Independiente	Una disputa entre partes sobre la posesión de un terreno.	-Conflictos Geográficos	-Ubicación de los terrenos en conflictos Aproximados de casos en conflictos.	Entrevista: P1, P5, P6; Encuesta: P2, P3.
conflictos de las propiedades indígena al momento de su inscripción	Dependiente	Son los puntos en la calificación otorgada por el registro Público competente.	-Conflictos Económicos.	-Gastos en los instrumentos Públicos. -Gastos en los aranceles registrales.	Entrevista: P3, P13; P14 Encuesta: P7
métodos de resolución de conflictos de manera administrativa	Dependiente	Manera de resolver los problemas con las autoridades de la Comunidad Indígena de Matagalpa.	- Métodos Alternos de Conflictos	-Tiempo para resolver la disputa.	Entrevista: P8, P9, P10. Encuesta: P4
procedimiento para otorgar certificaciones de uso y goce	Dependiente	Son los pasos para conceder la autorización con la finalidad del consentimiento por parte de la Comunidad Indígena de Matagalpa para una certificación	-Requisitos	-Documentos legales - Recomendaciones	Entrevista: P3. Análisis Documental. Encuesta: P.15 - P.9

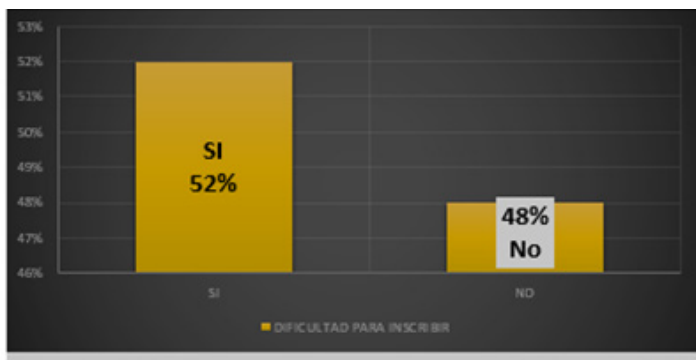
Fuente: Elaboración de los autores

Anexo 3. Análisis de la entrevista, pregunta número 15.

Pregunta número 15.	Análisis:
De manera personal ¿Qué recomienda usted para mejorar los problemas existentes en la Comunidad Indígena de Matagalpa que ocasionan conflictos al momento de inscribir la propiedad a favor del usufructuario en el Registro Público de Matagalpa?	El Dr. Fuentes dijo: "...Verificar correctamente el antecedente registral de los derechos que se pretende adquirir, tanto en el registro público del departamento como en los archivos que la Comunidad Indígena lleva al respecto"; Dr. Sáenz dijo: "La determinación exacta de los terrenos de la Comunidad Indígena de Matagalpa..."; Dra. Rodríguez dijo: "...no he tenido la oportunidad de inscribir títulos en el Registro Público de la Comunidad Indígena" Dra. Arauz dijo: "Tener mayor organización con las medidas y títulos otorgados" De las opiniones obtenidas por los asesores, la más importante para nosotros y la que tiene peso respecto a la investigación, es la otorgada por el Dr. Fuentes, debido a que por no tener un orden en los expedientes de la Comunidad Indígena no se tiene certeza sobre el dominio y los antecedentes de algunos usufructuarios, o bien no coincide con lo que está en el Registro Público, ya sea porque el anterior usuario vendió y no lo reporto con la Comunidad o no pidió la autorización de venta, ocasionando problemas con los antecedentes al momento de querer inscribir en el Registro Público.

Fuente: Elaboración de los autores

Anexo 4. Análisis de encuestas: Pregunta número 2. Dificultad para inscribir. Anexo 5. Análisis de encuestas: Pregunta número 3. Conflictos territoriales.

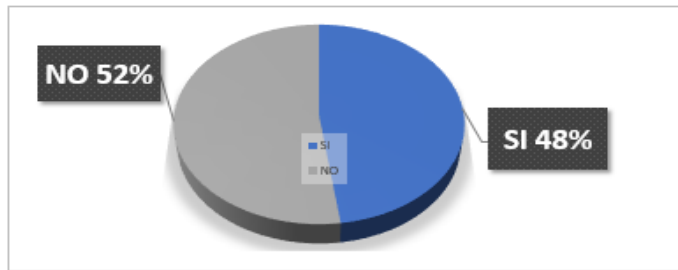


Fuente: Elaboración de los autores

Anexo 5. Análisis de encuestas: Pregunta número

3. Conflictos territoriales.

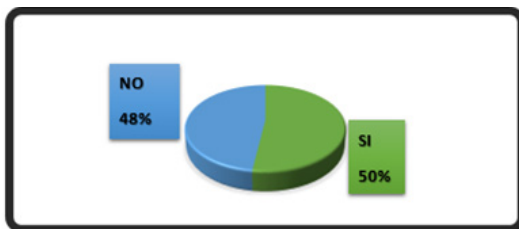
FIGURA 3. Conflictos territoriales.



Fuente (Elaboración propia):

Anexo 6. Análisis de encuestas: Pregunta número

4. Resolución administrativa



Fuente (Elaboración propia):

Anexo 7. Encuesta realizada a los usuarios pertenecientes a la Comunidad Indígena de Matagalpa

- ¿Tiene conocimiento sobre el proceso de inscripción de una propiedad?
Si _____
No _____
- ¿Ha tenido en algún momento una dificultad para inscribir un lote de terreno que se le haya emitido por la Comunidad Indígena de Matagalpa?
Si _____
No _____
- ¿Ha tenido conflictos territoriales durante los procesos de inscripción con sus colindantes?
Si _____
No _____
- ¿En su conflicto fue necesario de una resolución administrativa por parte de la Comunidad Indígena de Matagalpa?
Si _____
No _____
- ¿Ha recibido la asesoría legal adecuada para resolver los diferentes problemas que pueda surgir al momento de inscribir un terreno perteneciente a la Comunidad Indígena de Matagalpa?
Si _____
No _____

6. ¿Conoce que documentación es la que se requiere para optar por un título de terreno de la Comunidad Indígena de Matagalpa?
Si _____
No _____

7. ¿Conoce usted los costos de cuanto estiman los impuestos a pagar por la inscripción de un título de la Comunidad Indígena en el Registro Público?
Si _____
No _____

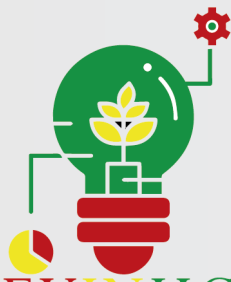
8. ¿Considera que se le dio un servicio adecuado dentro de la comunidad indígena o tuvo que recurrir a otras instituciones?
Si _____
No _____

Anexo 8. Entrevista realizada a los asesores legales.

- ¿Conoce usted la ubicación de los terrenos pertenecientes a la Comunidad Indígena de Matagalpa y donde están ubicados?
- ¿Cuáles son tipos de contratos que emite la comunidad Indígena de Matagalpa?
- ¿Qué requisitos debe tener una persona natural y/o jurídica para optar por una propiedad de la Comunidad Indígena de Matagalpa?
- Luego de la obtención del contrato con la Comunidad Indígena de Matagalpa ¿Qué requisitos se requieren para proceder a inscribir en el Registro Público de la Propiedad de Matagalpa los derechos reales de la propiedad a favor del arrendador?
- ¿Conoce si existen conflictos al momento de inscribir a favor del nuevo usufructuario una propiedad de la Comunidad Indígena de Matagalpa?
- ¿Cuáles son los conflictos que se dan con mayor frecuencia al momento de inscribir a favor del nuevo usufructuario una propiedad de la Comunidad Indígena de Matagalpa?
- ¿Es responsable la Comunidad Indígena de Matagalpa en dar una respuesta para resolver el problema de la inscripción registral del terreno?
- ¿Cuáles son las autoridades competentes dentro de la Comunidad Indígena de Matagalpa encargados de resolver los conflictos en los terrenos pertenecientes a la misma?
- ¿Cuánto tiempo dura el proceso de revisión para obtener una resolución del problema en la Comunidad Indígena de Matagalpa?
- ¿Qué debe contener la resolución emitida por la Comunidad Indígena de Matagalpa referente a la revisión del problema con la propiedad de la misma?
- ¿Al momento de la retención del documento en el Registro Público competente, es responsable la Comunidad Indígena de Matagalpa de los gastos de aclaración que incurre el usufructuario por la retención del documento y que se deben de pagar para proceder con su inscripción?
- ¿Cuántas resoluciones se entregaron por parte de la Comunidad Indígena de Matagalpa, en el periodo del segundo cuatrimestre del año 2022?
- ¿En qué alcaldía se presentan más problemas para entregar planos topográficos o validación de planos? ¿Cuáles son los problemas que presentan los usuarios?
- ¿Qué valor tiene el canon en la comunidad indígena de Matagalpa por cada certificación que le otorga a las personas naturales, jurídicas y extranjeras?
- De manera personal ¿Qué recomienda usted para mejorar los problemas existentes en la Comunidad Indígena de Matagalpa que ocasionan conflictos al momento de inscribir la propiedad a favor del usufructuario en el Registro Público de Matagalpa?

Anexo 9. Guía de observación realizada en los expedientes de la Comunidad Indígena de Matagalpa

N°	Puntos a observar	Registros de cumplimientos		Observaciones
		Si	No	
1	Certificado sobre el historial registral del inmueble (propietario, ubicación del área, número de la finca, número catastral y un resumen de las anotaciones, cargas, gravámenes y marginales vigentes de la propiedad).			
2	Certificado de compra			
3	Poder otorgado por el vendedor			
4	Certificado catastral autorizado y aprobado por Catastro físico (solvencia municipal)			
5	Plano topográfico y validación de planos			
6	Certificado de Avalúo Catastral y comprobante de pago del Impuesto de Transmisión de Bien Inmueble, emitido por la Dirección General de Ingresos.			
7	Resolución emitida por la comunidad indígena			
8	Inscripción del lote del terreno adjudicado por autoridad competente en la división que se hiciera conforme a la ley, de los pertenecientes a las comunidades indígenas. Los títulos de adjudicación debidamente inscritos deberán reputarse como títulos de propiedad.			



REVINUCC

Revista de Investigación
Universidad de Ciencias Comerciales

Ensayos

Revista de Investigación
Universidad de Ciencias Comerciales



UCC



LA “UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES” HACIA EL MODELO EDUCATIVO CONSTRUCTIVISTA

THE “UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES” TOWARDS THE CONSTRUCTIVIST EDUCATIONAL MODEL



Julio Guerrero Días
guerrerodiasjulio@gmail.com

RESUMEN

“Lo que vemos cambia lo que sabemos. Lo que conocemos, cambia lo que vemos”. Jean Piaget. La educación en todos niveles siempre se encuentra en procesos de organización, planificación estratégica, evaluación de cara al siguiente año académico de esta valoración se desprende como repensar, renovar, crear, innovar, los procesos de enseñanza aprendizajes ahora, de ahí que todos los niveles educativos están buscando nuevas formas de socializar conocimientos, por eso todos los sistemas educativos han entrado en la elaboración de diseños curriculares por competencia y el modelo constructivista, a pesar que hay universidades que siguen señalando que este implica muchos costos económicos, cuando la realidad no es así.

En este breve ensayo compartiremos con nuestros lectores el modelo constructivista en los procesos de enseñanza aprendizajes, concebimos al constructivismo como una perspectiva didáctica pedagógica que la educación en todos sus niveles está desarrollando la Universidad de Ciencias Comerciales no está ajeno a esta perspectiva que, aunque no es nada nuevo hasta ahora se está tratando de llevarla en cada una de los currículos de las diferentes disciplinas de estudio que dicha universidad oferta.

No pueden darse las competencias de la misma forma como pretendíamos dar conocimientos en algún momento, las competencias se construyen y se desarrollan en el contacto íntimo entre los participantes del proceso, con la mediación

de un profesor experto que participe en el enriquecimiento, que alimente y retroalimente con todos los actores y actrices en este caso los estudiantes.

La postura constructivista plantea la posibilidad de que el ser humano se vea implicado en la construcción de sus propios conocimientos, partiendo de lo que posee en la estructura cognitiva enriquecida a lo largo de toda la vida y en el intercambio con otros, en ese encuentro que solo es posible cuando se presenta el acto educativo, de tal manera que dentro de modelo constructivista se parte de los presaberes, experiencias y vivencias del propio protagonista, ese intercambio de conocimiento es encontrarse con otros saberes.

Encontrarse es entreverar ámbitos con el otro, si no ocurre el encuentro, es difícil vislumbrar el surgimiento de la proximidad de lo certero, Alfonso López Quintás (2003) nos enriquece mucho con este concepto. Una interpretación de esta propuesta pudiera dirigirse a considerar que el ser humano es el constructor único de la realidad; pero no es así. Hay quien ha planteado: “con amigos se aprende mejor”.

Palabras Claves: Educación, pedagogía, constructivismo, enseñanza, aprendizaje, protagonista

El constructivismo es el modelo educativo que por el momento es el que más se acerca a lo que la educación formal aspira, habría que agregar, si esos amigos llámese docente se encuentran

mediados por alguien que siente pasión por la misión de servir, el aprendizaje se convierte en un momento de diversión para siempre, siempre he manifestado que compartir conocimiento y experiencia con estudiante es asunto de sentirse contento, es un apostolado, un gusto, el salón de clase debe de ser el escenario o la tarima para presentar un obra colectiva llena de entusiasmo, que nos sintamos satisfecho todos porque hemos actuado y hemos puesto en marcha y compartido el proceso de enseñanza aprendizaje de otra manera.

También nos podemos encontrar con algunas ideas, cuando se asocia el constructivismo con la educación, a menudo, se encuentra que el principal problema es que este enfoque se ha entendido como dejar en libertad a los estudiantes para que aprenden a su propio ritmo; lo cual, muchas veces, de forma implícita sostiene que el docente no se involucra en el proceso, solo proporciona los insumos, luego deja que los estudiantes trabajen con el material propuesto y lleguen a sus conclusiones o lo que, algunos docentes denominan como construir el conocimiento.

Esta es una concepción errónea del constructivismo puesto que este enfoque, lo que plantea en realidad es que existe una interacción entre el docente y los estudiantes, un intercambio dialéctico entre los conocimientos del docente y los del estudiante, de tal forma que se pueda llegar a una síntesis productiva para ambos y, en consecuencia, que los contenidos son revisados para lograr un aprendizaje significativo.

De ahí, surge la inevitable y necesaria revisión del constructivismo como marco teórico que sustenta una práctica pedagógica, que plantea la necesaria e ineludible relación entre la metodología y la concepción que se tiene sobre la enseñanza y el aprendizaje, así como los demás aspectos vinculados como es el caso de los objetivos, los contenidos, la metodología misma y por supuesto, las técnicas y recursos, para culminar con el proceso de evaluación.

Tomando en consideración estos postulados del constructivismo, es importante reflexionar acerca de la concepción del proceso de enseñanza-aprendizaje, puesto que esta concepción orienta la metodología escogida para llevarlo a cabo. Desde el constructivismo, se puede pensar en dicho proceso como una interacción dialéctica entre los conocimientos del docente y los del estudiante, que entran en discusión, oposición y diálogo, para llevar a una síntesis productiva y significativa.

El aprendizaje sin embargo, hay que recordar que éste y la forma en que se realice, aun cuando sean constructivistas, están determinadas por un contexto específico que influye en ambos participantes: docente y estudiantes, debido a sus condiciones biológicas, psicológicas, sociales, económicas, culturales, incluso políticas e históricas.

Existen muchas y variadas formas de definir el aprendizaje, se va a tomar las siguientes como referencia: “Desarrollo armónico e integral de

las capacidades intelectuales, psicomotoras, aptitudinales, actitudinales, etc., del ser humano” (Pulgar, 2005: 19).

Se puede observar que el aprendizaje implica la totalidad de habilidades y destrezas de un ser humano, en todos los ámbitos que lo caracterizan. Además, también se puede entender, el aprendizaje como “Proceso mediante el cual una persona adquiere destrezas o habilidades prácticas (motoras e intelectuales), incorpora contenidos formativos o adopta nuevas estrategias de conocimiento y/o acción” (Pulgar, 2005: 19).

Estas definiciones señalan algunos aspectos que cabe resaltar: el desarrollo, puesto que todo proceso de aprendizaje pretende la ampliación, consolidación e integración de contenidos, habilidades y destrezas para llevar a cabo una tarea de otra manera diferente.

El proceso, el aprendizaje no es un hecho, se trata de una serie de pasos concatenados que conducen a la integración y organización de ciertos contenidos, que van configurando una identidad profesional, esta asimilación, integración y organización llevan, necesariamente, a un cambio, es decir, debe existir una diferencia entre la situación inicial y la final.

Es importante que se produzca un cambio ya que las personas pueden desarrollar nuevas habilidades y destrezas para adaptarse de mejor forma en su contexto. Por esta razón, este cambio debe ser duradero para que tenga los resultados

deseados, ya que, si se pierde con el tiempo, simplemente la evolución no sería posible.

Por otro lado, el aprendizaje no es el mismo para todas las personas, es tan diverso como lo son ellas, por lo que tendrá diferentes resultados dependiendo también de las condiciones de la persona que aprende las particularidades de cada estudiante determinarán no solo las competencias adquiridas, sino el tiempo que se ha dedicado tanto del maestro como del alumno para lograr el propósito deseado.

Un buen docente es capaz de organizar sus actividades de tal forma que se promocióne el aprendizaje para todos los involucrados en el proceso, la tarea fundamental de un docente es educar en el amplio sentido de palabra, compartir, saberes, haceres y valores para construir bueno ciudadanos por eso lo debido a este papel preponderante del docente, es necesario que demuestre coherencia entre lo que dice y lo que hace, ya que los estudiantes se vuelven muy sensibles a este aspecto.

Si un profesor tiene cierto discurso, sus actos deben ser el fiel reflejo de sus ideas, caso contrario, los estudiantes perciben la incoherencia y se vuelven los críticos más duros de ella. Razón por la cual, es necesario que el docente tenga una continua práctica reflexiva sobre su propio discurso y sus acciones, siendo ejemplo, con su propia vida de que es posible siempre mejorar en credibilidad y así, convertirse en una persona en la cual, los estudiantes pueden confiar.

De esta manera, se ha planteado en forma sucinta

ciertos aspectos importantes del constructivismo en la enseñanza. Cuando un docente ya ha optado por una referencia teórica, como es el caso del constructivismo en este ensayo, es necesario que reflexione acerca de los objetivos del proceso.

El aprendizaje es una construcción idiosincrásica: es decir, está condicionado por el conjunto de características físicas, sociales, culturales, incluso económicas y políticas del sujeto que aprende, pero también de la persona que socializa y comparte los conocimientos.

Condicionamientos que también son válidos para quien enseña y su forma de hacerlo. Si la persona que enseña parte de la idea de que es poseedor del conocimiento que va a transmitir a los estudiantes, probablemente usará metodologías tradicionales que implican un proceso pasivo de aprendizaje, con los estudiantes en la postura de receptores del conocimiento.

En cambio, si la persona que enseña parte del principio de que el conocimiento se construye, va a promover la participación activa de los estudiantes, va a entrar en diálogo con ellos, para lograr un ambiente de colaboración, en el cual es posible, llegar a la construcción del conocimiento, tomando como base el acervo científico y tecnológico, acumulado por el ser humano a lo largo de su historia.

El constructivismo pedagógico se centra en que la adquisición de todo conocimiento nuevo se produce a través de la movilización, por parte del sujeto de

un conocimiento antiguo, el hecho de considerar que el conocimiento previo facilita el aprendizaje, es un rasgo esencial del constructivismo y que sustenta el aprendizaje significativo.

Así el constructivismo pedagógico nos muestra el camino para el cambio educativo, transformando éste en un proceso activo donde el alumno elabora y construye sus propios conocimientos a partir de su experiencia previa y de las interacciones que establece con el maestro y con el entorno.

La concepción tradicional que asumía al alumno como un ser pasivo sin nada que aportar a la situación de aprendizaje ya no es válida, reconociendo los conocimientos y características previas con los que llega al aula, los cuales deben ser aprovechados para la construcción del nuevo conocimiento.

El constructivismo pedagógico nos lleva pues, al cambio de nuestro quehacer educativo, y frente a esta posibilidad es necesario conocer sus fuentes, entre las que destacan las fuentes psicológicas que nos permiten entender el desarrollo cognitivo del hombre.

La educación es una de las disciplinas que en los últimos años ha sufrido una serie de transformaciones debido tanto a los avances científicos como a los cambios tecnológicos. Nuestro país, y nuestra Universidad como otros de América Latina, no es ajeno a estos cambios

estamos en la búsqueda de mejorar la calidad de la enseñanza, y la única forma es el cambio de paradigma de modelo educativo caminar hacia el modelo constructivista

Vivimos un cambio época signada por la vertiginosidad de los cambios, la explosión informativa la interconexión y la competitividad, estas circunstancias demandan que el sistema educativo se aboque, más que al cambio de conductas, al desarrollo de las potencialidades de los estudiantes, a través de capacidades como el aprendizaje permanente, la formación ética y el trabajo en equipos, entre otras.

BIBLIOGRAFÍA

José Manuel Pérez Tornero, Tapio Varis Alfabetización Mediática y el Nuevo Humanismo, editorial UOC, Barcelona 2012


José Manuel Pérez Tornero Comunicación y Educación en la sociedad de la información, editorial Paidós, Barcelona, 2000

Rosas Díaz Ricardo, Balmaceda Christian Sebastián Piaget, Vygotsky y Maturana Constructivismo a tres Voces, Primera edición Buenos Aires, 2018

UNESCO Nuevas formas de aprender Cecilia Braslavsky octubre 2017

LA RISA CON SABOR A QUESO

CHEESE FLAVORED LAUGHTER



Marvin Jiménez Ruiz
Vicerrectoría General, Universidad de Ciencia
Comerciales, Nicaragua (marvin.jimenez@ucc.edu.ni)

RESUMEN:

La risa es una expresión humana, capaz de derribar las barreras que limitan nuestro potencial, a través de la estimulación del cerebro, permitiendo superar los obstáculos, además de generar un pensamiento positivo, también provoca el fortalecimiento de las relaciones sociales. Tanto es el poder de la risa, que ha dado espacio a la Risoterapia, un nuevo campo de los profesionales de la salud, para lograr beneficios mentales y emocionales por medio de la risa. Los resultados son mejorías para la salud. La risa es un factor determinante en la administración de las emociones, siendo una señal positiva para el cerebro; permitiéndonos superar las limitaciones. Si queremos contagiar a los demás con risas placenteras, que nos llenen de tranquilidad y optimismo.

Palabras claves: risa, queso, neuro comunicación, risoterapia

La risa con sabor a queso

¿Qué representa la risa para el ser humano? Probablemente una expresión de alegría, entusiasmo, satisfacción, placer; y porque no decirlo, felicidad. Distintos estudios, coinciden que la risa, genera el movimiento de 12 a 17 músculos en la cara y liberar en el organismo, sustancias como la endorfina, serotonina, dopamina y adrenalina, esenciales para enfrentar la ansiedad y la depresión. A partir de esas consideraciones, profesionales de la neurología y la psicología, le

dan especial atención a la risa.

Personalmente considero que la risa es una expresión humana, capaz de derribar las barreras que limitan nuestro potencial, a través de la estimulación del cerebro, permitiendo superar los obstáculos que nos mantienen atado al conformismo y la mediocridad. Esta proposición, la sustento con diversos argumentos que detallamos en el presente ensayo.

Una clara evidencia del potencial de la risa en el crecimiento del ser humano, lo destaca Spencer Johnson en su libro “Quién se ha llevado mi queso”, cuando uno de los personajes de su obra, llamado Kof, en medio de tantas creencias que no le permitían activar su pensamiento lateral, empezó a encontrar en la risa, el motor que lo empujaba a buscar una nueva Central Quesera. Y es que Kof, entre más reía de su situación adversa, más motivado y feliz se sentía. (Johnson, 1999) Entre dificultades y fracasos de Kof, al no encontrar queso en cada espacio del laberinto, la risa lo mantenía vivo y entusiasmado, tanto así que llegó a perder el miedo en aquellos ocursos pasillos, como lo expresa en alguna de sus líneas el cuento del libro: “Una sonrisa se dibujó en sus labios. Kof todavía no lo comprendía, pero estaba descubriendo lo que alimentaba su alma. Se sentía libre y tenía confianza en lo que le aguardaba...” (Johnson, 1999)

¿Qué tan poderoso es el cerebro? Desde mi punto de vista, es tan fuerte que no debe separarse del cuerpo humano, como lo expresa, El error de Descartes, (Damasio, 1996), afirmando que el cerebro y cuerpo están indisociablemente integrados, mediante circuitos bioquímicos y neurales que se conectan mutuamente. Eso

explica porque el sistema humano está constituido por mente, cuerpo, emoción y comunicación.

Harold Zúniga & Marta Ligiol, en su obra Neuro Comunicación, reconocen que las emociones son inherentes al ser humano, sin embargo, el gran reto es la administración de las mismas, desde los pensamientos positivos. Por ello, la risa es una forma de comunicación que nace de las emociones bien administradas. La obra expresa que la risa es una capacidad evolutiva que produce un aumento inmediato de neurotransmisores y regulación anímica. “El sentido del humor se educa y es una asignatura imprescindible de habilidades. Nos aporta versatilidad, desdramatización y amplitud perceptiva inmediata. La sonrisa es una poderosa aliada” (Zúniga & Ligiol, 2018)

Y es que la risa, además de generar un pensamiento positivo, también provoca el fortalecimiento de las relaciones sociales. ¿Cuál sería el comportamiento de usted, si un interlocutor lo recibe de mal genio, cara endurecida, mal humor y palabras reactivas? Probablemente lo mismo que me genera a mí: rechazo, indiferencia y desinterés; en otras palabras, la necesidad de alejarme inmediatamente de esa persona tóxica. Por ello, uno de los libros más leídos “Cómo ganar amigos e influir sobre las personas” del escritor por Dale Carnegie, asegura que la sonrisa tiene un gran valor ya que enriquece a quienes la reciben sin empobrecer a quienes la dan; crea felicidad, es el descanso para los fatigados, luz para los decepcionados, sol para los tristes, y el mejor antídoto contra las preocupaciones. “Sonría” reza categóricamente una de las reglas de Carnegie.

(Carnegie, 1936)

Tanto es el poder de la risa, que ha dado espacio a la Risoterapia, un nuevo campo de los profesionales de la salud, para lograr beneficios mentales y emocionales por medio de la risa. Los resultados son positivos que no es de extrañar encontrar en los hospitales, espectáculos de humoristas, artistas y payasos, provocando carcajadas a los enfermos, lo que se traduce en mejoría para la salud. En el artículo científico “Risoterapia: Un nuevo campo para los profesionales de la salud” destacan los avances de los científicos de la Universidad de California, que afirma que el sentido del humor está en la circunvolución frontal superior izquierda del cerebro, en el área motora suplementaria. Los científicos realizaron un experimento estimulando esa zona en el cerebro de una adolescente de 16 años mientras hacía diferentes tareas. “Si la estimulación era suave, la chica sonreía, si aumentaba, estallaba en risas. Ella lo atribuyó a la foto de un caballo, un párrafo que estaba leyendo o a la presencia de los investigadores”. (Christian, Ramos, Susanibar, & Balarezo, 2019)

Por todo lo antes expuesto, puedo concluir categóricamente que la risa es un factor determinante en la administración de las emociones, siendo una señal positiva para el cerebro; permitiéndonos superar las limitaciones. Si queremos contagiar a los demás con risas placenteras, que nos llenen de tranquilidad y optimismo, pues no paremos de reírnos nosotros mismos; a como lo hizo Kof en el cuento de Spencer Johnson “Quién se ha llevado mi queso”.

REFERENCIAS

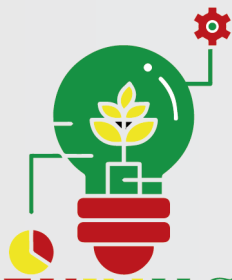
Carnegie, D. (1936). *Cómo ganar amigos e influir sobre las personas*. Simon & Schuster.

Christian, R., Ramos, J., Susanibar, C., & Balarezo, G. (2019). *Risoterapia: Un nuevo campo para los profesionales de la salud*. *Revista de la Sociedad peruana de Medicina Interna*. Obtenido de <http://www.scielo.org.pe/pdf/rspm/v17n2/a05v17n2.pdf>

Damasio, A. (1996). *El error de descartes*. Editorial Crítica.

Johnson, S. (1999). *¿Quièn se ha llevado mi queso?* Activa.

Zúniga, H., & Ligiol, M. (2018). *Neuro Comunicación*. Editorial Rigden Institut Gestalt.



REVINUCC

Revista de Investigación
Universidad de Ciencias Comerciales

Educación

Revista de Investigación
Universidad de Ciencias Comerciales



UCC



XII SEMINARIO DE DESARROLLO CIENTÍFICO TÉCNICO ESTUDIANTIL

Como parte del Modelo educativo por objetivo con enfoque constructivista, la Universidad de Ciencias Comerciales UCC, Campus León, desarrolló el XII Seminario de Desarrollo Científico Técnico Estudiantil, “Competencias Basadas en Clases Prácticas”.

La actividad, donde participaron estudiantes de las diferentes carreras del Campus, tiene por objetivo demostrar las habilidades y competencias técnicas y blandas, con exposiciones demostrativas sobre un determinado tema y vinculado a cada asignatura.

En la actividad se expusieron y defendieron, ante un jurado especializado, proyectos y ejercicios vinculando la teoría; demostrando las habilidades y el conocimiento adquirido en las aulas de clase y fuera a través de giras de campos. Los estudiantes se destacaron por su esfuerzo y dedicación demostrados en los resultados obtenidos.

“Este tipo de actividades son muy importantes por la vinculación de la teoría con la práctica que generan competencias y habilidades en los estudiantes para responder a las demandas de los puestos de trabajo de los sectores económicos- empresariales y sociales del país.”, señaló Constantino Portocarrero, Coordinador de Investigación.

Figura 1
Exposiciones en pleno



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 2
Demostración práctica



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 3
Exposición y defensa



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 4
Evaluación técnica



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 5
Jurado evaluador



Fuente: Comunicación Institucional

DOCENTES RECIBEN CAPACITACIÓN

La Universidad de Ciencias Comerciales UCC, a través de la Vicerrectoría Académica y Dirección Académica, realizó la capacitación docente, de cara al segundo cuatrimestre del turno diurno. En sus palabras de bienvenida, el Rector Eddy Baltodano, señaló, que, tras la acreditación obtenida recientemente, existe un mayor compromiso con la calidad y la mejora continua. “Desde la rectoría, continuaremos fortaleciendo las funciones sustantivas de Gestión Institucional, Docencia e investigación y Proyección Social”, dijo Baltodano.

En la capacitación, la MSc. Karla Quiñonez, Especialista y Consultora de emprendimiento, en su conferencia, “Ecosistemas de emprendimiento”, destacó la importancia de sensibilizar a los

docentes para innovar en el qué hacer académico. “Hoy en día el docente debe investigar, hacer uso constante de herramientas digitales, impartir clases más activas, prácticas, dinámicas y motivadoras”, sostuvo Quiñónez, quien desarrolló diversas dinámicas.

De acuerdo con la Vicerrectora Académica Fabiola Somarriba, la innovación se ha vuelto un eje transversal para la UCC y forma parte activa en la planificación y ejecución de actividades académicas.

Rosa Lindo, Directora Académica, hizo un llamado a los maestros para continuar con la ardua labor de enseñar con pasión, haciendo uso de las metodologías innovadoras de enseñanza aprendizaje. Por su parte, el Director de UCC Virtual, Lester Salgado, brindó una capacitación sobre el uso de la plataforma virtual.

Asistieron en la capacitación Marvin Jiménez Ruiz, Vicerrector General; Marta Potosme, Secretaria General y coordinadores de carreras.

Figura 6
Conferencia, “Ecosistemas de emprendimiento”



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 7
Capacitación en pleno



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 8
Claustro docente Sede Managua



Fuente: Comunicación Institucional

Capacitación Docente Campus León

Autoridades académicas y cuerpo docente, de la Universidad de Ciencias Comerciales UCC, Campus León, participaron en la segunda capacitación docente de cara al segundo cuatrimestre del turno diurno.

En la capacitación se contó con la presencia de Fabiola Somarriba, Vicerrectora Académica quien abordó el tema Ecosistemas de Emprendimiento e Innovación. También participó Débora Martínez, Directora del Programa Adelante, con el tema Herramientas para la creación de emprendimientos innovadores.

Los maestros recibieron orientaciones administrativas de parte de Georgina Morales, Coordinadora de Recursos Humanos.

Figura 9
Directora del Programa Adelante



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 10
Capacitación en desarrollo



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 11
Equipo docente campus León



Fuente: Comunicación Institucional

Capacitación docente Campus Matagalpa

Se desarrolló la Capacitación docente de cara al segundo cuatrimestre académico del turno Diurno, de la Universidad de Ciencias Comerciales UCC, Campus Matagalpa, con el objetivo de sensibilizar a los docentes sobre el desarrollo de emprendimientos con los estudiantes y el valor estratégico para adaptarse a los cambios que exige la educación superior, con acciones creativas.

En sus palabras de Bienvenida el Rector de UCC Eddy Baltodano, destacó el rol importante que realiza el docente en el proceso de formación profesional de los estudiantes.

La Vicerrectora Académica Fabiola Somarriba, destacó la importancia de la comunicación para el desarrollo de iniciativas académicas.

En la actividad se desarrolló la conferencia, “Emprendimiento e Innovación”, brindada por el MSc. Marlon Ruiz, quien motivó a los docentes a brindar las clases con pasión y compartió tres palabras importantes que para su punto de vista hacen a una persona exitosa: pensamiento, emoción y acción.

En la capacitación también participó Nubia Narváez, Vicerrectora administrativa y financiera y Nidia Buitrago, Directora de Recursos Humanos.

Figura 12
Rector de UCC Eddy Baltodano



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 13
Conferencia, “Emprendimiento e Innovación”



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 14

Personal docente campus Matagalpa



Fuente: Comunicación Institucional

UCC PRESENTE EN ENCUENTRO ACADÉMICO INTERNACIONAL

Una comitiva, de la Universidad de Ciencias Comerciales UCC, encabezada por el Rector, MSc. Eddy Baltodano; Licenciada Cristina Toledo MVZ, Docente de la Coordinación de Medicina Veterinaria y Zootecnia y Licenciada Vilma Somarriba Ubau, Coordinadora del Técnico Superior en Ciencia y Tecnologías de los Alimentos, participaron en el IV Encuentro Académico Internacional de Salud Pública Veterinaria, desarrollado por la Facultad de Ciencias de la Salud, de la Universidad Galileo de Guatemala.

El objetivo del evento, donde asistieron autoridades académicas de diferentes universidades centroamericanas fue, promover el fortalecimiento de los servicios veterinarios, mediante la formación de competencias, operativas, técnicas y profesionales e incentivar la investigación aplicada a los temas de bienestar animal.

En el encuentro, la maestra Cristina Toledo impartió la conferencia especializada, “Propuesta de Normativa para aplicar al Bienestar Animal en los bovinos destinados a los centros de faenamiento industrial”.

“Fue muy grato compartir mis conocimientos y experiencias con autoridades académicas de países centroamericanos, maestros, estudiantes, Médicos Veterinarios, empresarios y consultores guatemaltecos que asistieron a este evento de gran importancia para esta alma mater”, expresó Toledo.

Según el Rector Eddy Baltodano, quien ofreció las palabras de clausura del evento, la participación de la comitiva de UCC fue enriquecedor, porque se logró establecer relaciones con representantes de las diferentes universidades de la región centroamericana.

Figura 15
Conferencia Especializada



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 16
Universidad Galileo



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 17
Comitiva Universidad de Ciencias comerciales



Fuente: Comunicación Institucional



REVINUCC

Revista de Investigación

Universidad de Ciencias Comerciales

Emprendimientos

Revista de Investigación
Universidad de Ciencias Comerciales



Programa de Incubación de negocios UCC – Swisscontact

Autoridades de la Universidad de Ciencias Comerciales UCC, miembros del Comité Ad-Hoc de Licitaciones y Representantes de Swisscontact, asistieron en el acto de apertura del Programa Competencias para Ganar, Proyecto Incubadora de Negocios.

El evento, donde asistieron representantes de cinco universidades y emprendedores participantes del proyecto, fue presidido por el Vicerrector General de la UCC, Marvin Jiménez y el Representante de Swisscontact para Centroamérica, Ricardo Fernández.

“Un modelo debe contar con un método, una metodología, un sistema de evaluación y un sistema de seguimiento. Queremos que nuestro modelo de incubación se convierta en un legado y replicado por las universidades”, expresó el Licenciado Ricardo Fernández.

Fabiola Somarriba, en sus palabras de bienvenida, dijo que, en el Modelo Educativo de la UCC, se integra el emprendimiento como un eje transversal. “Y es parte de nuestra misión y visión contribuir a todas las iniciativas que, en alianza con otras instituciones, logremos metas alcanzables y de gran impacto para el desarrollo socio económico de Nicaragua.

El proyecto Incubadora de Negocios, es auspiciado por la Cooperación Suiza en Centroamérica.

Se ha logrado desarrollar los cursos sobre “Modelos de negocios” y “Finanzas y Gobernanzas”, en el que participan 25 emprendedores externos y tienen una duración de un mes. Se realizará la selección de 5 emprendimientos, previo a competencias de presentación para demostrar ante un jurado, las estrategias de rentabilidad de sus negocios y de esta manera, tengan la oportunidad de recibir el apoyo de inversionistas”, explicó Nelson Manzanares, Miembro del Comité Ad-Hoc de Licitaciones y Director de Proyección Social de la UCC.

Figura 1
Participación en programa de incubación de negocios



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 2
Representaciones de Participantes del programa



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 3
Acto de apertura



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 4
Desarrollo del programa de incubación



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 5
Actividades del programa



Fuente: Comunicación Institucional

CREATIVIDAD EN LA CARRERA DE MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA

Feria Anatómica y expo feria de mamíferos

La Universidad de Ciencias Comerciales UCC, a través de la Coordinación de Medicina Veterinaria y Zootecnia, desarrolló de manera exitosa la quinta edición de la Feria Anatómica 2023.

En la actividad, se presentaron 15 proyectos anatómicos, con el objetivo de exponer y evaluar los trabajos de los estudiantes que cursan la asignatura de Anatomía. “Ellos pusieron en práctica los conocimientos tanto en normativas y técnicas metodológicas de conservación de tejidos de especímenes”, sostuvo el Dr. José Miguel Lara, Coordinador de la carrera.

De acuerdo con Carlos Reyes, estudiante de tercer año de MVZ de la UCC, la anatomía les permite conocer donde se inserta el músculo para hacer los debidos cortes, también permite saber dónde están ubicados los órganos.

La feria contó con el apoyo de instituciones como BAGSA, MINJUVE y Movimiento Guardabarranco. “Hoy celebramos una capacitación constante, científica y metodológica de la ciencia animal, con el fin de promover la educación. Felicitamos a la UCC por el éxito de este evento”, dijo Darling Hernández, Coordinadora del Movimiento Guardabarranco.

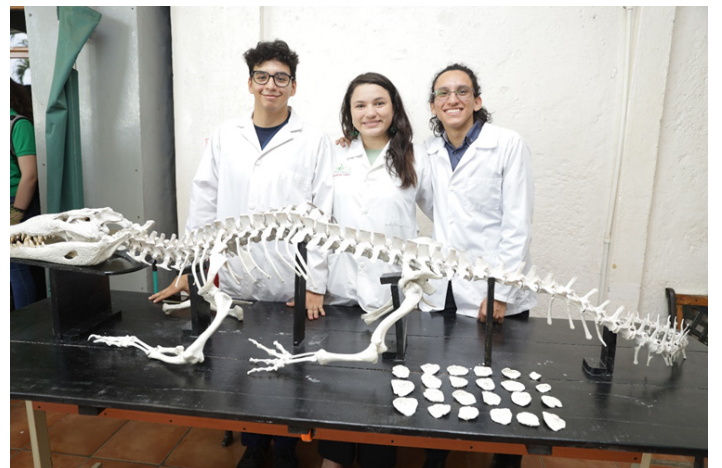
En la actividad también participaron estudiantes de la carrera de Medicina Veterinaria de UNA y UCN, estudiantes de diferentes colegios de secundaria y niños integrantes de las Brigadas Escuelas Verdes.

Figura 6
Acto de feria anatómica



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 7
Presentación Ósea



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 8
Presentación Ósea



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 9
Visitantes de la feria



Fuente: Comunicación Institucional

De igual forma como parte de la asignatura de Biología Animal, estudiantes de primer año de la carrera de Medicina Veterinaria y Zootecnia, realizaron la Expo feria de Mamíferos, donde presentaron las diferentes especies de mamíferos que hay en Nicaragua.

A través de los stand informativos y decorados acorde a cada especie y hábitat, los estudiantes presentaron ante un jurado conformado por docentes, la taxonomía, características, ciclo reproductivo de los mamíferos. “Asimismo, compartieron información sobre las especies vulnerables y en peligro de extinción”, declaró la maestra Noelia Zepeda.

Erick Aragón y su grupo de compañeros expusieron acerca de las tres especies de monos que hay en Nicaragua, entre estos, cara blanca, mono Congo y mono Araña.

Figura 10
Equipos participantes



Fuente: Comunicación Institucional

FERIA DE LA CREATIVIDAD “CREATIVOS QUE TRIUNFAN”.

Figura 11
Stand demostrativo



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 12
Estudiantes y docentes participando en ponencia



Fuente: Comunicación Institucional

Estudiantes de las diferentes carreras del turno Diurno, de la Universidad de Ciencias Comerciales UCC Campus Matagalpa, participaron de la V edición de la Feria de la Creatividad, “Creativos que triunfan”.

Los estudiantes presentaron diversos proyectos, entre estos, productos, servicios, investigaciones, iniciativas con las que asumieron un compromiso de responsabilidad para diseñar emprendimientos creativos y que respondan a las necesidades de los consumidores y del país.

Ashley González, estudiante de primer año de la carrera de Diseño Gráfico y Publicitario, destacó que la actividad permite demostrar las capacidades y habilidades creativas de los estudiantes. González obtuvo el premio como mejor proyecto creativo, se trata de una mascarilla para el cabello rizado.

Piedras pintadas convertidas en adorno, servicio de fotografía, sublimado en ropa, pintura a mano en zapatos, postres, fueron otras de las ideas creativas que presentaron los estudiantes.

La actividad que corresponde a las evaluaciones de fin de cuatrimestre, permiten cumplir con el modelo que pone en práctica la universidad para el desarrollo de las competencias de los jóvenes. El jurado examinador seleccionó los primeros

lugares en diferentes categorías: Stand Creativo el grupo de piedritas decorativas Bloom Art; Idea innovadora Hibiscus con la elaboración de jalea de Jamaica; Líderes creativos II año de Diseño Gráfico y Publicitario; Mejor proyecto creativo elaboración de mascarilla para rizos Curly Machic y Mención especial en stand creativo la magia del sabor coca cola.

Figura 13
Ganadores Stand creativo



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 14
Ganadores idea innovadora



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 15
Mención especial stand creativo



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 16
Mejor proyecto creativo



Fuente: Comunicación Institucional

UCC DE LA MANO CON EMPRENDEDORES DE OCCIDENTE

La Coordinación de Arquitectura, Diseño Gráfico Publicitario e Ingeniería en Sistemas, de la Universidad de Ciencias Comerciales UCC, Campus León, hizo la presentación del proyecto Acompañamiento a emprendedores de occidente para la gestión de mercadeo.

El objetivo de la reunión fue, reunir a los emprendedores y estudiantes para el diseño de identidad corporativa de sus negocios, con el fin de trabajar las propuestas de logotipos, entre otros elementos visuales publicitarios.

En la reunión participaron estudiantes de UCC y 16 pequeños emprendedores de León, La Paz Centro y Nagarote.

Figura 17
Asesor técnico



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 18
Capacitación especializada



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 20
Grupo de trabajo en acción



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 19
Estudiantes asesorando



Fuente: Comunicación Institucional



REVINUCC

Revista de Investigación

Universidad de Ciencias Comerciales

Informaciones

Revista de Investigación
Universidad de Ciencias Comerciales



UCC



Debate Intercolegial se desarrolló con éxito

Con mucha emoción. Así se vivió el Debate Competitivo Intercolegial, de la Universidad de Ciencias Comerciales UCC y el Programa Ponete las pilas, desarrollado en el Hotel Double Tree by Hilton.

En sus palabras de apertura, el Vicerrector General de la UCC, Marvin Jiménez Ruiz, destacó los 21 años ininterrumpidos del programa de Debate Competitivo. “Con esta iniciativa fortalecemos las habilidades de investigación, trabajo en equipo y comunicación de los estudiantes participantes, además de enriquecer el pensamiento analítico, crítico y la tolerancia de las ideas contrarias”, expresó.

Yalaniz Pavón, Coordinadora del programa Ponete las pilas, destacó la importancia que tiene el debate como estrategia educativa para potenciar la cultura cívica.

El jurado calificador de la competencia estuvo conformado por el maestro Julio Guerrero, Asesor de Investigación de la UCC; Fernando Monge, Coordinador de Investigación del Campus Matagalpa y Nellys Rojas, Motivadora y Conferencista.

Los representantes del colegio Divino Niño, fueron los ganadores del primer debate, quienes se enfrentaron al equipo del colegio San Francisco Javier CS con la premisa, “Los adolescentes sufren de distintos cambios que afectan su estado emocional pudiendo ser una causa significativa de la deserción escolar”.

Los estudiantes del colegio San Francisco Xavier de Mateare, fueron los ganadores del segundo debate con el tema “Estereotipos sociales en el ambiente escolar”. Ellos debatieron con Nicaraguan Cristhian Academy Nejapa.

Por su parte, el equipo representante del Instituto Central de Nicaragua ICN, fue el ganador del tercer debate, superando al colegio Centroamérica Unida y cuyo tema fue, “Los valores básicos para una buena convivencia en el hogar”.

Asimismo, la mejor oradora y mejor capitán del debate, fueron los representantes del colegio San Francisco Xavier de Mateare.

Figura 1
Estudiantes del Colegio Divino Niño



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 2
Estudiantes del Colegio San Francisco Xavier



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 3
Organizadores y miembros del jurado del debate intercolegial



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 4
Participantes y organizadores del debate intercolegial



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 5
Equipo ganador del debate intercolegial.



Fuente: Comunicación Institucional

DEBATE COMPETITIVO INTERCAMPUS UCC



La Universidad de Ciencias Comerciales UCC, desarrolló la Final del Torneo de Debate Competitivo Intercampus 2023 “Maratón de Ideas”, en el colegio NCA Matagalpa, con la participación de seis equipos representantes de la Sede Central, Campus León y Matagalpa.

En sus palabras de bienvenida, el Rector de la UCC, Eddy Baltodano, destacó los 21 años ininterrumpidos del programa de Debate Competitivo, el que se ha extendido a estudiantes de secundaria, de UCC y otras universidades. “Esta metodología está vinculada a los valores que promovemos en nuestra alma mater, formando jóvenes líderes que promueven de manera responsable el pensamiento crítico y tolerancia a la diversidad de ideas”, dijo Baltodano.

Los equipos debatieron diversos temas de interés con argumentos, evidencias y razonamientos, entre ellos regulación del uso del plástico desechable a través de leyes aprobadas por la Asamblea Nacional, la ansiedad social que experimentan los jóvenes es adoptada desde el seno de la familia y el uso de la inteligencia artificial promueve la mediocridad en la práctica profesional.

Con una sumatoria de 188 puntos, los estudiantes del Campus Matagalpa, Jannier Tinoco Carrión (capitán), Magdiel Altamirano (primera oradora) y Laura Jiménez (segunda oradora) ocuparon el primer lugar.

El segundo lugar con una sumatoria de 184 puntos, correspondió también a los estudiantes del Campus Matagalpa, Pedro Sobalvarro Pérez (capitán), Fiorella Martínez (primera oradora) y Alondra Lorio (segunda oradora). Con 77 puntos, la mejor oradora del torneo fue Laura Jiménez representante del Campus Matagalpa y el mejor capitán, con 40 puntos, fue José Adán López. Representante de Sede Central Managua.

El evento fue organizado por la Vicerrectoría General y los equipos de Bienestar Estudiantil. El jurado calificador lo integraron Julio Guerrero, especialista en comunicación; Carlos Hernández, Gerente de Granica y conferencista y Annel Flores Subdirectora de NCA Matagalpa y asesora de debates.

En el evento asistieron para la cobertura periodística, Canal 6, Yes tv y Perla tv.

Figura 6

Final de torneo de debate competitivo en campus Matagalpa



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 7

Ganadores de Final de torneo de debate competitivo en campus matagalpa



Fuente: Comunicación Institucional

EXITOSO ENCUENTRO DE GERENTES DE RRHH

Gerentes de Recursos Humanos de 55 empresas

e instituciones públicas y privadas, participaron en el VI Encuentro de Gerentes de RRHH, de la Universidad de Ciencias Comerciales UCC.

En la actividad desarrollada por la Dirección de Proyección Social, el Coach de Liderazgo Empresarial, Eyner Villavicencio, impartió la conferencia, Las habilidades para el éxito profesional y personal del capital humano. “El éxito es integral, tenemos que ser exitosos en la casa y en la oficina, por tanto, debemos buscar la plenitud”, señaló.

Villavicencio, destacó un sin número de herramientas claves para el éxito, entre estas, la adopción de la mentalidad y actitud de solucionador y ser una persona proactiva, es decir, anticiparse a los acontecimientos y tener soluciones alternas para cada situación.

Según el Director de Proyección Social, Nelson Manzanares, las empresas enfrentan cambios constantes. “Estos cambios han provocado que la fuerza laboral necesite adaptarse a las nuevas tendencias culturales y digitales para acceder a nuevas estrategias para la selección de personal”, dijo.

Enriet Guadamúz es Gerente Propietaria de Innova Digital y catalogó el encuentro como sumamente enriquecedor. “Agradezco a la UCC por la invitación y los felicito por promover año con año este evento con temas importantes para nuestra área de trabajo”, refirió.

Asimismo, la Directora de Capacitación y Desarrollo de ENEL, Gaudiz Luna, dijo que su

participación fue una excelente experiencia. “Los felicito por impulsar este tipo de actividades que nos enriquece como profesionales y facilita las alianzas”, refirió.

No obstante, Perla Villarreal, Responsable de Recursos Humanos de Bolsa Agropecuaria BAGSA, expresó que el encuentro fue muy educativo. “Aprendí nuevas herramientas para ponerlas en práctica desde mi área de Talento Humano”.

En el evento realizado en el Hotel Contempo, participaron las autoridades académicas y administrativas de UCC, equipo de RRHH y Proyección Social.

Figura 8
Mesas de trabajo



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 9
Conferencista especializado



Fuente: Comunicación Institucional

Figura 10
Participantes y equipo Organizador



Fuente: Comunicación Institucional

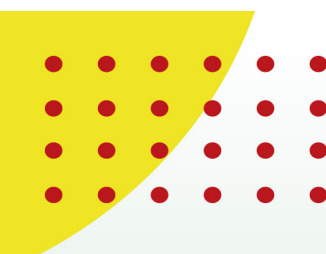


¡Estamos Acreditados!



**Por el Consejo Nacional de Evaluación y
Acreditación CNEA, en base a los resultados del
Proceso de Verificación de Obligaciones de la Ley
704 y 1087 de los Mínimos de Calidad Institucional.**

*Seguimos trabajando por la
Mejora Continua*



REVINUCC
Revista de Investigación
Universidad de Ciencias Comerciales

