

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

POSGRADO EN ESTUDIOS ORGANIZACIONALES

**INTERACCIÓN ENTRE LAS REDES ORGANIZACIONALES Y
LA IDENTIDAD EN LAS ORGANIZACIONES DEL SECTOR DE
LA CONSTRUCCIÓN: EL CASO PUNTA MUSEO**

Trabajo terminal para obtener el grado de Maestro en Estudios Organizacionales

presenta:

Francisco Javier Gamiochipi Alonso


Directora de Tesis: Dra. Silvia Pomar Fernández


IZTAPALAPA
División de Ciencias Sociales y Humanidades

26 FEB 2020

Ciudad de México a 28 de Enero del 2020

POSGRADO EN ESTUDIOS ORGANIZACIONALES

Av. San Rafael Atlixo, No. 186,
Col. Vicentina, C.P. 09340,
México, D.F.

Edificio H, 067
Tel. 56 04 46 00
Ext. - 2740

CONTENIDO

Contenido	i
Índice de Fotografías	v
Índice de Figuras	vii
Índice de Tablas	viii
Índice de mapas	viii
Agradecimientos	x
Dedicatoria	xi
Resumen	xii
Introducción	1
CAPÍTULO I. Problema de investigación.....	7
1. Problemáticas detectadas.....	7
1.1. Complementariedad, conectividad e interdependencia	8
1.2. Trabajo externo.....	9
1.3. Delimitación	10
1.4. Formulación del Problema de Investigación	14
1.5. Objetivo General.....	15
1.5.1. Objetivos específicos	15
1.5.2. Preguntas de investigación.....	16
1.6. Relevancia, Pertinencia y Factibilidad	16

1.7. Mapa de la Investigación	18
CAPÍTULO II. Marco Teórico Conceptual	21
2. Red e identidad organizacionales y apuntes sobre el sector de la construcción.	21
2.1. Redes.....	21
2.1.1. La organización como red.....	22
2.1.2. Elementos para comprender las redes	23
2.1.3. Centralidad y Tramas	28
2.1.4. Redes multidimensionales.....	31
2.1.5. Red organizacional.....	36
2.2. Cultura y cultura de la Organización	40
2.2.1. Cultura organizacional	43
2.3. Identidades.....	46
2.4. Identidad organizacional y redes	50
2.5. Apuntes sobre el sector de la construcción en México.....	54
2.5.1. La industria de la construcción en México: Contexto.....	55
2.5.2. Desarrollo inmobiliario	59
2.5.3. Diferencias entre proyecto y obra de construcción	59
2.5.4. Obra de construcción: Etapas y fases.....	60
2.5.5. Organización y estructura en la obra.....	62

INTERACCIÓN ENTRE LAS REDES ORGANIZACIONALES Y LA IDENTIDAD EN LAS ORGANIZACIONES DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN: EL CASO PUNTA MUSEO

2.5.6. Modelos de Negocio	64
2.5.7. Tercerización.....	66
CAPITULO III. Enfoque Metodológico.....	70
3. Metodología de la investigación.....	70
3.1. Marcos de Referencia	70
3.1.1. Acercamiento al estudio de caso	72
3.2. Herramientas para la recolección de datos	73
3.2.1. Colecta de información y selección de escenarios	74
3.2.2. Los informantes.....	75
3.2.3. Revisión de documentos organizacionales y sitios Web.....	75
3.2.4. El investigador como instrumento	75
3.2.5. Escritura como forma de investigación.....	77
3.2.6. Entrevista semiestructurada	78
3.2.7. Conversación: el diálogo como aprendizaje	79
3.3. Diseño de la investigación.....	80
3.4. Análisis de la Información e Interpretación de los datos.....	81
CAPITULO IV. Interacción entre la red y la identidad organizacional en Punta Museo.....	84
4. Punta Museo	84

INTERACCIÓN ENTRE LAS REDES ORGANIZACIONALES Y LA IDENTIDAD EN LAS ORGANIZACIONES DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN: EL CASO PUNTA MUSEO

4.1. El trayecto tomado durante la investigación hacia Punta Museo	84
4.2. Ubicación, historia y contexto de Punta Museo	92
4.2.1. Yama Desarrolladora inmobiliaria y Yama constructora: una misma empresa.....	103
4.2.2. Yama Punta Museo	105
4.2.3. Estructura organizacional de Punta Museo	108
4.3. Configuración de la red organizacional en Punta Museo	110
4.3.1. Interacciones sociales y organizacionales en Punta Museo	113
4.3.2. Estudios piloto en obras anteriores: contrastes	115
4.3.3. Red organizacional.....	119
4.3.4. Identidades en Punta Museo.....	120
4.3.5. Modelo de negocio: Goliat.....	123
4.4. Configuración de la red e identidad organizacional en Punta Museo	125
4.4.1. Interacciones entre la Red organizacional y la Identidad organizacional en Punta Museo.....	129
Reflexiones finales	145
Futuras líneas de investigación.....	149
Referencias	151
Nexos fotográficos.....	158

Índice de Fotografías

Fotografía 1. Casco y chaleco rojo.	86
Fotografía 2. Adheribles en casco de la empresa y ‘mano negra’	87
Fotografía 3. Puesta de sellos de clausura en Patio Tlalpan. Recuperado de Milenio.com	88
Fotografía 4. Accidente grave en una obra de construcción. Fuente: Palomino 2019 ...	89
Fotografía 5. Aspectos de la ciudad desde la vista piso 27 en la obra Reforma.....	90
Fotografía 6. Aspectos de etapa de acabados, cercano a fase entrega final.	91
Fotografía 7. Electricista de pie trabajando en el mismo andamio que un colocador de aire acondicionado sentado en el andamio, atrás colocador tabla roca al teléfono.	91
Fotografía 8. Proyecto Punta Museo: Aspecto Cara División del Norte. Fuente: Yama (2017)	93
Fotografía 9. Antigua edificación del Museo del Automóvil Julio 2017 Recuperado de: Yama 2017.....	99
Fotografía 10. Antigua entrada al Museo del Automóvil julio 2017 antes de la demolición. Recuperado de Yama 2017.....	100
Fotografía 11. Aspecto del interior del Museo del Automóvil en los 90’s. Recuperado de Dondeir.com	100
Fotografía 12. Demolición del Museo del Automóvil, agosto 2017. Recuperado de Yama 2019.....	101
Fotografía 13. Aspecto de la demolición Museo del Automóvil, agosto 2017 Fuente: Yama 2019.....	102
Fotografía 14. Exterior de la obra Punta Museo en mayo del 2019 Fuente Yama 2019	105

INTERACCIÓN ENTRE LAS REDES ORGANIZACIONALES Y LA IDENTIDAD EN LAS ORGANIZACIONES DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN: EL CASO PUNTA MUSEO

Fotografía 15. Fase final de la demolición, limpieza del lugar proyecto Punta Museo.	
Fuente Yama 2017.....	158
Fotografía 16. Preparación para la fase de excavación. Fuente Yama 2017	158
Fotografía 17. Fase excavación. Fuente Yama 2017.....	159
Fotografía 18. Fase cimentación iniciada y continua la excavación. Fuente Yama 2017	159
Fotografía 19. Fase cimentación, nótese la poca cantidad de trabajadores. Fuente Yama 2017	160
Fotografía 20. Avance de la obra por etapas. Fuente Yama 2018.....	160
Fotografía 21. Zona de trabajo asignada a un tasajista. Fuente Yama 2018	161
Fotografía 22. Etapa de trabajo de una empresa subcontratada (tasajista) Fuente: Yama 2018	161
Fotografía 23. Aspecto de Punta Museo donde es visible muy pocos trabajadores. Fuente Yama 2019.....	162
Fotografía 24. Aspecto interior Punta Museo con pocos trabajadores. Fuente Yama 2019	163
Fotografía 25. Aspecto exterior Punta Museo en mayo del 2019. Fuente Yama 2019	163
Fotografía 26. Aspecto exterior Punta Museo en julio 2019. Fuente Yama 2019	164
Fotografía 27. Contraste con la foto anterior del avance de obra de Punta Museo con el diseño del proyecto. Fuente Yama 2017	164
Fotografía 28. Aspecto del proyecto Punta Museo. Fuente Yama 2017	165
Fotografía 29. Proyecto Punta Museo con diseño que muestra al Museo del Automóvil. Fuente Yama 2017.....	165

Índice de Figuras

Figura 1. Líneas de investigación. Fuente: elaboración propia a partir de De la Rosa, A. (2018)	12
Figura 2. Temas de investigación y variables 1a parte. Fuente: elaboración propia.....	13
Figura 3. Temas de investigación y variables 2a parte. Fuente: elaboración propia.....	13
Figura 4. Mapa de la investigación. Fuente Elaboración propia	20
Figura 5. Relación interorganizacional bivalente, díada o por pares. Fuente Van de Ven y Ferry (1980) citados por Hall (1996) p. 298 y modificado para este trabajo.	24
Figura 6. Conjunto interorganizacional. Fuente Van de Ven y Ferry (1980) citados por Hall (1996) p. 298.....	25
Figura 7. Red interorganizacional. Fuente Van de Ven y Ferry (1980) citados por Hall (1996) p. 298	27
Figura 8. Red informal en una organización imaginaria. Fuente: Vega de Jiménez (2005)	29
Figura 9. Ejemplo de relaciones en una red múltiple imaginaria. Fuente: Cachia (2010 p. 10).....	30
Figura 10. Ejemplo de una red multiplex imaginaria. Fuente: BIFI Universidad de Zaragoza.	32
Figura 11. Ejemplo de una red multimodal imaginaria. Fuente: BIFI Universidad de Zaragoza.	33
Figura 12. Ejemplo de una red multidimensional imaginaria. Fuente: BIFI Universidad de Zaragoza.....	34
Figura 13. Red Organizacional del sector de la construcción. Fuente elaboración propia	35
Figura 14. Organigrama Punta Museo. Fuente elaboración propia.....	109

Figura 15. Suma de identidades en otras obras. Fuente elaboración propia.....	117
Figura 16. Contraste con otras obras y Punta Museo. Fuente elaboración propia	118
Figura 17. Red multidimensional en Punta Museo, Fuente modificada para éste trabajo de BIFI, Universidad de Zaragoza (2017).	119
Figura 18. Macro red y red organizacional Punta Museo. Fuente elaboración propia.	126
Figura 19. Categorización de tramas en la red organizacional propuesta por Allen. Fuente elaboración propia.	141
Figura 20. Modelo Yama y Punta Museo Red e Identidad. Fuente elaboración propia	143

Índice de Tablas

Tabla 1. Conjunto simplificado de distinciones entre el medio ambiente, las organizaciones en cuestión y la calidad de las relaciones. Fuente: Hall, 1996 p. 241 ...	27
Tabla 2. Tipo de conexiones. Fuente Vega de Jiménez (2005).....	39
Tabla 3. Clases de actividad. Fuente: Datos tomados de la página del INEGI sobre el sector de la industria de la construcción, publicados en agosto del 2018.	57
Tabla 4. Fases del proyecto y fases de la obra. Fuente Ardila (2006).....	61
Tabla 5. Personas entrevistadas. Fuente elaboración propia	108
Tabla 6. Empresas, productos y servicios participantes en la red de punta museo. Fuente elaboración propia	110

Índice de mapas

Mapa 1. CDMX o Ciudad de México (antes D.F.) Recuperado de: México real https://mr.travelbymexico.com/677-cdmx/	94
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

INTERACCIÓN ENTRE LAS REDES ORGANIZACIONALES Y LA IDENTIDAD EN LAS ORGANIZACIONES DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN: EL CASO PUNTA MUSEO

Mapa 2. Alcaldías en la Ciudad de México antes delegaciones. Recuperado de descargamapas.net	94
Mapa 3. Ciudad de México por zonas. Fuente: Jefatura General de Policía de Investigación y Dirección General de Inteligencia y Planeación	95
Mapa 4. Mapa de la zona metropolitana de la ciudad de México. Recuperado de Eumed.net.	96
Mapa 5. Ubicación de Punta Museo en la zona metropolitana recuperado de Google Maps	97
Mapa 6. Ubicación Punta Museo vialidades. Recuperado de Google Maps	97

Agradecimientos

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por concederme el honor de ser parte de sus becarios a nivel nacional y la oportunidad para realizar este trabajo de investigación.

A la Coordinación del Posgrado en Estudios Organizacionales por todo su apoyo y cariño brindados en todo momento durante los procesos correspondientes a la maestría.

A todos los miembros de Yama y Punta Museo por permitir la realización del trabajo de campo en la obra, así como por su colaboración y tiempo durante las conversaciones realizadas para la investigación.

A todos los residentes de obra y en especial a Juan, coordinador de prevención y seguridad de PYCESA, que nos apoyaron durante la investigación en las diferentes obras visitadas.

A mi Directora de tesis, la doctora Silvia Pomar Fernández quien, con su paciencia, mucha paciencia, comenzando desde cero logró guiarme para la realización de este documento, el cual sin sus enseñanzas y orientación no podrían haber sido posibles.

Al doctor Ángel Wilhelm Vázquez García quien, con su paciencia en la lectura y revisión del trabajo, su enseñanza y sugerencias, contribuyeron junto a las doctoras María Teresa del Socorro Montoya Flores y Karina Anaya Delgado a la culminación del mismo.

A todos mis profesores de la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa por su dedicación, cariño y compromiso en la formación de la generación de Maestros 2017-2019 de la cual formo parte y a mis compañeros de la maestría quienes juntos integramos un gran equipo de trabajo, en especial al grupo de los seis.

Dedicatoria

A Dios a quien agradezco cada día mi existencia, todo lo que me brinda, lo que no me brinda y lo que me quita, y me brindó la oportunidad de cursar el posgrado hasta el final y lo que siga.

A mis hijos Ximena y Santiago por ser mi motivación e inspiración para concluir la maestría y en especial a Santiago, quien sacrificó mucho tiempo de sus risas y juegos dándome todo su apoyo incondicional y amor para que pudiera dedicarme a las clases y la realización de este trabajo, esperando sea éste, para ambos un motivo de orgullo e inspiración.

A mis padres Emma y Eduardo por todo su apoyo y amor en todo momento.

A mi Esposa Janet, por caminar junto a mí en las buenas y en las malas, por su amor, cariño y paciencia, gracias por seguir conmigo.

A grandes amigos quienes con su apoyo y paciencia me inspiraron valor, conocimiento y compromiso por el estudio: Maggs, Brenda, Flor, Katy, Emilio, Erik, y a esas personas que fueron luz y pilares para que el camino de la Maestría tuviera dirección y sentido: Dr. Guillermo, Rosalba, Alejandra, Hyldely, Yurivia, Julio y varios amigos que fuimos apareciendo por la senda, algunos de la unidad Azcapotzalco y otros futuros doctores en Estudios Organizacionales.

Resumen

Interesados en entender dos fenómenos organizacionales que se han percibido en el sector de la construcción, sumado a la importancia de éste sector económico al ser considerado como una importante fuente generadora de empleo y productividad; se presenta en esta investigación un primer acercamiento teórico y empírico, atendiendo como objeto de investigación las redes organizacionales y la Identidad, tomando como unidad de análisis dentro del sector de la construcción a una obra, “Punta Museo”; de las conversaciones sostenidas con los trabajadores que ahí laboran, se analiza la red organizacional en que participan; la investigación se desarrolla de forma cualitativa, descriptiva-explicativa; se busca la comprensión de cómo las redes y la identidad interactúan y se conforman en las diferentes empresas que se dan lugar para realizar una construcción, y la forma en que éstas se reconfiguran al intervenir en el nuevo proyecto organizacional; es decir, la investigación busca conocer cómo las diferentes empresas, por medio de la participación, interacción y relación con otras organizaciones, al crearse nuevas estructuras organizacionales dentro de la obra de construcción, la red y la identidad organizacionales se reconfiguran; esto nos lleva a la búsqueda de la comprensión de los diferentes fenómenos organizacionales que intervienen y como se integran; del análisis y las reflexiones que se derivan de esta investigación se permitirá la posibilidad de generar conocimiento e ir proponiendo otro punto de partida, de las muchas formas de analizar, estudiar e investigar a la industria de la construcción y así contribuir al entendimiento de la situación actual del sector y sus organizaciones.

(Palabras clave: Interacción, configuración, comunicación, diferenciación).

INTRODUCCIÓN

Si las organizaciones tienen resultados importantes para los individuos y las comunidades, las pertenecientes al sector de la construcción, además de producir resultados para la sociedad, al erigir edificaciones comerciales, oficinas, entretenimiento y vivienda, contribuyen a fortalecer a la industria nacional; las obras que generan benefician a las empresas haciéndolas más productivas y competitivas; esto se debe a la creación de carreteras, puertos, aeropuertos e instalaciones para telecomunicaciones que vuelven posible el transporte de mercancías, personas e información tan necesarios en los procesos de producción, distribución y comercialización. Gracias a este sector, con la construcción de instalaciones que suministran agua, petróleo, energía eléctrica y gas, es posible proveer los energéticos y agua potable, de riego e industrial que son requeridos por las organizaciones. Por otra parte, la capacitación del personal y la educación, así como también el cuidado de la salud de la población, se hace posible gracias a la construcción de escuelas, universidades, clínicas y hospitales. Este sector también contribuye en la creación de instalaciones para el sector turístico, lo que además permite la generación de recursos económicos adicionales a México (CEESCO 2012).

Lo anterior es de interés a los estudios organizacionales y a otras disciplinas, pues permite reconocer que existe una relación recíproca entre las organizaciones y su ambiente (Hall 1996 p.10), aun cuando es evidente que “los escenarios físicos proporcionan el contexto de la conducta” (Hatch, 1987 p. 387). A pesar de que el sector de la construcción puede presentar temas nuevos e intrigantes a las Ciencias Sociales y Humanidades, resultados como los que arrojó la investigación de Tracy y Geist-Martin, quienes analizaron 241 artículos académicos que fueron desarrollados en un periodo de quince años, descubrieron que no hay en los trabajos metodológicos cualitativos de

investigación de la comunicación organizacional, ningún escrito publicado sobre la industria de la construcción (Putnam 2014 p. 255). Nuestra indagación nos lleva a observar que el estado del arte sobre estudios de las ciencias sociales y humanidades que tratan sobre aspectos relacionados a los trabajadores de la construcción es notablemente reducido a comparación de las investigaciones efectuadas directamente con temas de construcción en arquitectura e ingenierías, administración, economía o legales sobre aspectos del trabajo y la seguridad e higiene.

Desde la perspectiva de los Estudios Organizacionales la investigación sobre el fenómeno de las redes organizacionales y la identidad sobre el sector de la construcción, que se ha generado ha sido sumamente escasa en el contexto latinoamericano. La industria de la construcción presenta numerosos riesgos, dificultades y peligros al investigador, acostumbrado o no, a los estudios desarrollados en escenarios naturales, por lo que puede parecer un desafío proponer una investigación sobre redes organizacionales e identidad en este sector; es precisamente gracias al apoyo de la metodología cualitativa a la que podemos atribuir características cambiantes y flexibles, lo que le permiten al investigador realizar este tipo de trabajos, por tanto, este documento representa la oportunidad de generar elementos de conocimiento y análisis bajo ópticas distintas a las que normalmente se aplican en el sentido de la racionalidad instrumental y la perspectiva economicista, posibilitando el desarrollo de mayores referentes descriptivos y analíticos.

Existen muchas líneas de investigación y temas de análisis específicos de la realidad organizacional que pueden abordarse desde distintas ópticas de los Estudios Organizacionales; por lo tanto, el análisis de las redes organizacionales y la identidad, en esta investigación, se realizó por medio de diferentes perspectivas que nos permiten centrarnos en los temas interesados y que de otra manera, no permitirían enfocar el estudio por toda la complejidad que supone, por lo que se seleccionó el punto de vista laboral, de

las redes, la sociología, la antropología y la psicología, así como la comunicación entre otros.

Se adoptó una metodología cualitativa, buscando una imagen compleja y holística de los fenómenos a estudiar, recoger datos descriptivos, es decir, analiza palabras y conductas, presenta detalladas perspectivas de las personas sometidas a la investigación, El proceso de indagación es inductivo, por tanto, está centrada en los sujetos y conduce el estudio en una situación natural; se adopta de la antropología la perspectiva del interior del fenómeno a estudiar de manera integral en términos significativos (conscientes o inconscientes) (Taylor y Bogdan, 1987 p. 16), (Vasilachis, 2006 p. 24). El investigador interactúa con los participantes y con los datos, buscando respuestas a preguntas que se centran en la experiencia social, cómo se crea y cómo da significado a la vida humana al describir y explicar el complejo mundo de los trabajadores de la construcción desde su punto de vista, usando el método de análisis de estudio de caso, el cual apoya al investigador cuando las preguntas "cómo" y "por qué" son planteadas, cuando se tiene poco control sobre los eventos, y el foco está en un fenómeno contemporáneo dentro de un contexto de la vida real, lo que permitirá a la investigación conservar lo holístico y el sentido característico de los eventos de la vida diaria (Yin, 2009 p. 3).

En la actualidad la evolución constante a la cual están sometidas las organizaciones las lleva a la necesidad de cooperación y de competencia entre las mismas por lo que se analizan las redes estudiando las relaciones entre un conjunto de individuos/unidades, ubicando la importancia de los patrones que se presentan; lo que demanda de una estructura de relación compleja y diferenciada, y esta estructura responde a la Red organizacional y su conformación no involucra un espacio físico donde se "vea" la interacción, el espacio de interacción es virtual, por lo que ésta se concreta en diferentes espacios, generando sistemas interdependientes e interconectados a través de la

comunicación y las interacciones, lo que posibilita a las organizaciones complementarse, mejorando y especializando sus procesos en relación con los mecanismos de cooperación que están implícitos en la interacción (Vega de Jiménez, 2006 p. 270). Estas relaciones conllevan a analizar el fenómeno de la identidad como resultado de hechos objetivos como el determinante geográfico-espacial, los datos históricos, las específicas condiciones socioeconómicas, migración, tercerización del trabajo, ambiente, contexto, entre otras variables, así como también presenta una construcción de naturaleza subjetiva donde intervienen distintas variables como la dimensión metafísica de los sentimientos y los afectos, la propia experiencia vivencial, la conciencia de pertenencia a un universo local o de otro nivel de integración sociocultural, la tradición, el capital cultural y la específica topografía mental que representan rituales, símbolos y valores Marcos Arévalo (2004), confiriéndole a la identidad un carácter de construcción social fundamentada en la diferencia, los individuos tendemos a buscar la identidad separada o propia, pero al mismo tiempo, también buscamos la unidad con otros individuos (Levi-Strauss, 1981).

La forma de realizar nuestro estudio inició con la búsqueda del estado del arte y la selección de textos, tratando de incorporar a los investigadores hispanoparlantes y sus trabajos, además de los autores reconocidos de lengua inglesa. Se continuó con la búsqueda de la unidad de análisis, pero debido a una serie de eventos fuera del alcance y control del investigador, obligaron a cambiar en repetidas ocasiones la organización a estudiar, lo que permitió la realización de investigaciones piloto y poder realizarse un contraste de diferentes empresas del sector de la construcción y a cuatro obras de construcción distintas, antes de llegar a la obra denominada Punta Museo, donde se realizó nuestra investigación convirtiéndose en la unidad de análisis, permitiendo distinguir aspectos y algunas variables que probablemente no habrían sido identificadas

al descubrirse la existencia de diferentes modelos de negocio propios del sector de la construcción.

Las reflexiones que nos deja este trabajo es que, si bien la industria de la construcción es compleja, además de entrañar peligros inherentes a la misma, es posible realizar investigaciones adoptando una metodología flexible que permita realizar ajustes sobre la marcha para sortear las dificultades que se pueden ir presentando; por otra parte, el sector de la construcción contiene desde los individuos que la conforman, numerosas empresas y diferentes espacios organizados donde se realizan muy diferentes labores, y es que desde las obras civiles hasta la edificación de vivienda, este sector brinda precisamente desde la complejidad, numerosas líneas de investigación y una multiplicidad de fenómenos que consideramos aún no han sido desarrollados por diversas situaciones, ya sea por la dificultad propia del sector o por considerarse demasiado simple al presentar una estructura básica en apariencia y que pudiera desviar la atención al no mostrar la riqueza oculta de los diferentes fenómenos que para los Estudios Organizacionales y otras disciplinas sociales y de humanidades podrían ser de gran interés.

Por tales motivos la propuesta de nuestra investigación es la de mostrar al sector de la construcción a través de distintas perspectivas y proponer un punto de partida de entre muchos existentes, para ello, en el primer capítulo del presente trabajo se describe el problema de investigación mostrando las problemáticas detectadas en el subsector de edificación de viviendas y edificios comerciales, siendo la terciarización, los factores de identidad y la complementariedad, conectividad e interdependencia los que despertaron nuestro interés para realizar la investigación; se continua con la formulación del Problema de Investigación, se plantean los objetivos y la pregunta de investigación, así como se muestra las consideraciones sobre la relevancia, pertinencia y factibilidad de este trabajo y se presenta un mapa de investigación que facilite la lectura y comprensión del mismo.

El segundo capítulo trata sobre el marco teórico conceptual utilizado para el desarrollo de nuestra investigación y se plantean diferentes teorías y perspectivas sobre redes organizacionales e identidad que nos permitan conocer los factores que intervienen en las organizaciones; pasando de las redes de comunicación a las redes organizacionales que, en conjunto a los factores culturales, afectan a la estructura y dan forma a la identidad de la organización a la que se pertenece; se busca una aproximación al entendimiento de la relación de la comunicación en las redes, las relaciones entre nodos, las tramas que se presentan así como las diferentes formas que pueden presentar las redes organizacionales, se expone brevemente aspectos de la cultura para enfocarnos en la cultura en las organizaciones y la identidad organizacional; Con la finalidad de brindar un mejor entendimiento sobre el sector de la construcción en México, incluimos en este capítulo unos apuntes sobre esta industria, su contexto, se muestran las diferencias entre proyecto y obra de construcción, lo que se entiende como desarrollo inmobiliario, se da un breve resumen sobre la forma de organización y la estructura en la obra, así como, la diferencia entre etapas y fases de la obra; también incluimos en este apartado algunos aspectos sobre los modelos de negocio utilizados por las empresas inmobiliarias y de construcción, y concluimos este apartado con el tema de la tercerización.

El tercer capítulo de este trabajo presenta el enfoque metodológico utilizado y se plantea la metodología de la investigación; por el tipo de investigación la metodología es cualitativa, descriptiva-explicativa, se utiliza como método de análisis al estudio de caso, se aplican algunas herramientas para cumplir con el objetivo y dar respuesta a la pregunta de investigación. El uso de las conversaciones como herramienta principal permitió la flexibilidad requerida para poder seguir el diseño de la investigación.

Es en el cuarto capítulo donde se desarrolla el estudio de caso presentándose primero los resultados encontrados y luego la interpretación que conducirá a las reflexiones finales

y el planteamiento a la apertura de nuevas líneas de investigación. Es a través del acercamiento empírico que permitió analizar diferentes factores que reconfiguran a la red organizacional y la identidad, encontrándose que el modelo de negocio de las organizaciones influye en la estructura de las obras de construcción y que a través de la interacción de las diferentes organizaciones que se dan cita en el espacio organizado, es que la red organizacional y la identidad se reconfiguran influyendo a su vez en la forma de trabajo aunado a los diferentes factores que se presentan dando como resultado la complejidad de las obras de construcción, de las organizaciones que participan en ellas y del sector mismo de la industria de la construcción.

CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1. Problemáticas detectadas

El sector de la construcción además de producir resultados para la sociedad y contribuir al fortalecimiento de la industria nacional, también consume materias primas y derivados que competen a otros sectores para la construcción de una obra, lo que arroja una derrama económica a los mismos, aun con lo anterior, a las empresas y trabajadores de la industria de la construcción sobrevivir no les es sencillo, las principales causas del deterioro de la actividad productiva de la industria de la construcción en 2019.

Partiendo de las apreciaciones del Centro de Estudios Económicos del Sector de la Construcción (CEESCO 2018) quienes mencionan, que existe una parálisis en la ejecución del gasto público para infraestructura, ha habido un freno o suspensión de obras en la edificación de carácter privado y la indefinición y falta de claridad en la política económica para el impulso económico del país, así como el retraso en la realización de las obras emblemáticas del anterior y presente gobierno.

Si bien existen diferentes y circunstancias, en este trabajo nos centraremos en las que consideramos se encuentran con mayor relación a los temas eje que se analizan en este

trabajo, siendo por una parte la complementariedad, conectividad e interdependencia que nos conducen al tema de redes organizacionales, y por otra parte, el trabajo externo como parte de la identidad del sector de la construcción y otros factores de identidad, que se generan al ser necesarias una multiplicidad de especialidades, las cuales no colaboran durante todo el transcurso de la obra, interviniendo según la fase de construcción en que se van necesitando, esto trae como consecuencia que, las empresas constructoras no puedan mantener en nómina a todo el personal requerido para entregar una obra terminada; por lo tanto, erigir una obra de infraestructura o edificación favorece la práctica de la subcontratación, aun cuando algunos modelos de negocio de las desarrolladoras inmobiliarias buscan evitar la sub-subcontratación.

1.1. Complementariedad, conectividad e interdependencia

La industria de la construcción, al dar empleo a gran cantidad de personas, y que estas interactúan con un vasto número de industrias manufactureras, empresas de servicios contratistas, subcontratistas y sub-subcontratistas, estas organizaciones, al relacionarse cada vez más estrechamente, van formando redes organizacionales, donde la complementariedad, la conectividad y la interdependencia, constituyen herramientas indispensables para que las organizaciones puedan evolucionar y enfrentar los nuevos retos que el medio ambiente les plantea (Vega & Rojo, 2010); Hall considera que el ambiente juega un papel central para la operación de las organizaciones siendo posible considerarlo como una determinante principal de la estructura y sus procesos (Hall, 1996 p. 10) y que conforme participan los individuos en redes de negocios y profesionales, sus ideas tienden a homogeneizarse por lo que considera que existen situaciones donde por ejemplo, el personal administrativo en las organizaciones en el mismo campo casi no se pueden distinguir uno de otro (Hall, 1996 p. 116) lo que nos lleva a pensar que si bien, el

trabajo colaborativo en las organizaciones es necesario para cumplir los objetivos y competir exitosamente en el mercado.

Con el crecimiento y elaboración de redes profesionales dentro de campos organizacionales, no basta con reunir un conjunto de individuos con diferentes capacidades, si estos no logran cohesionarse como equipo y no alcanzan a aprender e involucrarse con la cultura e identidad organizacionales y participar de las metas comunes, por lo que podemos realizar una distinción al hablar del conjunto de individuos que realizan labores interactuando dentro de una organización, de forma autónoma y sin depender de la colaboración de los demás, al que denominaremos grupo de trabajo, a diferencia del equipo de trabajo, el cual, necesita sustentarse en una relación de dependencia, basada en la complementariedad, la colaboración, el trabajo en conjunto, la interdependencia y la conectividad entre sus miembros, y es debido a las diferentes habilidades de cada uno de los individuos que al trabajar en equipo de forma complementaria, crean una sinergia positiva, donde las metas serán compartidas y estarán basadas en el desempeño colectivo, permitiéndoles asumir la responsabilidad de forma individual como mutua.

1.2. Trabajo externo

La subcontratación en el sector de la construcción en las obras actuales se ha vuelto imprescindible y ya no es solo problemática de las grandes compañías constructoras nacionales o extranjeras; también lo es para las pequeñas y se ha extendido hacia las empresas que prestan servicios a las constructoras. Muchas organizaciones pequeñas y medianas que son contratadas, se convierten a su vez en contratistas, quienes, a su vez, recurren a la subcontratación de otras empresas, a veces hasta de la competencia, para no perder los contratos y lograr que los proyectos de construcción sean finalizados en el plazo definido. También, es cada vez más frecuente, que una elevada proporción de la

fuerza laboral trabaje medio tiempo y tenga otros trabajos, otra opción es la de trabajar como contratista independiente o como empleado temporal, lo que conlleva a no realizarse relaciones de largo plazo con los empleadores, disminuyéndose la relación y el apego entre el trabajador y la empresa para la que se realiza el trabajo, lo que genera un apego limitado hacia las organizaciones (Pfeffer 2000 p.23), por lo que el tema de la identidad se muestra necesario ser investigado al ya no situarse sólo en una encrucijada, sino en varias y que prácticamente afecta a todas las disciplinas, y a todas las sociedades (Levi-Strauss 1981).

1.3. Delimitación

Para poder centrar nuestro trabajo sobre la interacción entre redes organizacionales y la identidad, consideramos necesario proponer fronteras artificiales para una mejor comprensión de ambos fenómenos. De forma empírica y generalizando, muchas disciplinas buscan atender la red organizacional como si fuera un solo ente, pues consideran que, estas absorben particularidades de muchos fenómenos implícitos al visualizarse como la red de mayores dimensiones, conformada por las mismas organizaciones y otras entidades sociales.

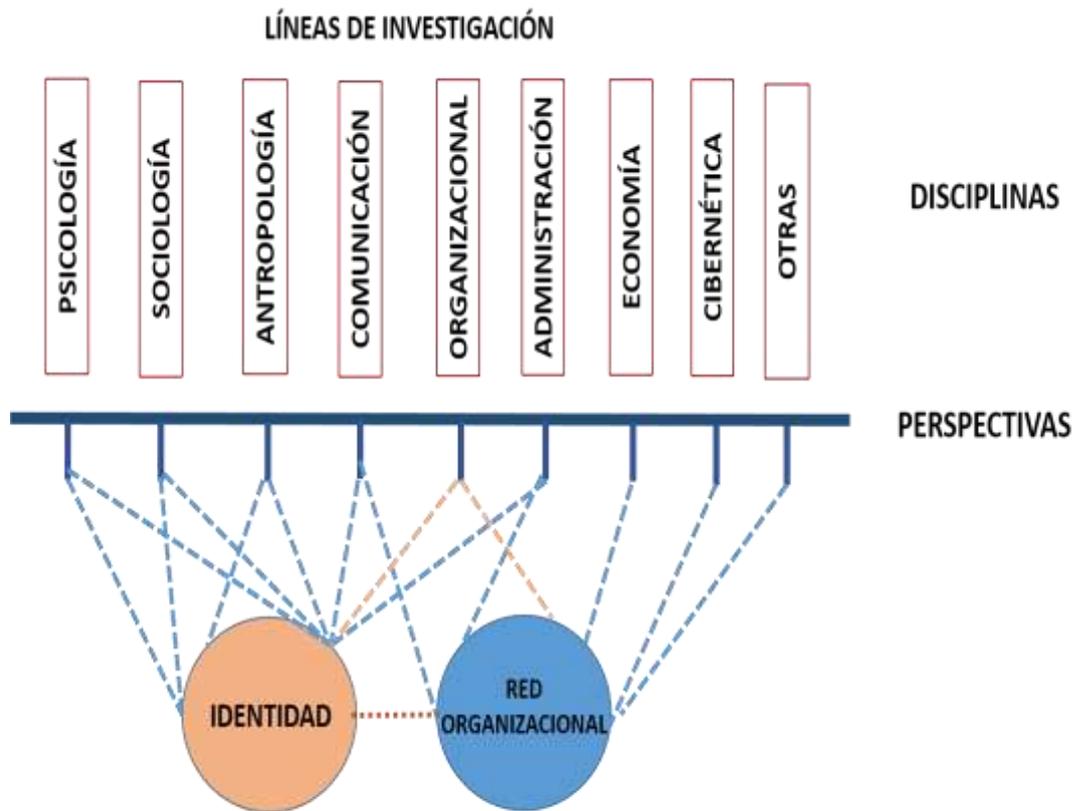
Para finalidades de este trabajo, aunque sabemos de la existencia de las redes globales, internacionales, regionales, nacionales, regionales locales, locales hasta llegar a la red entre dos individuos y otras redes muy específicas, centraremos nuestra atención a la red organizacional del sector de la construcción, y la ubicaremos como la red de mayor dimensión y la denominaremos “Macro Red”, para poder diferenciarla de las redes organizacionales que pueden formar en específico cada organización perteneciente al sector de la construcción con otras organizaciones de la misma industria o de diferentes sectores y la sociedad, es decir para evitar confusiones pretendemos llamar Macro Red a

la red del sector de la construcción; red organizacional a las redes que cada empresa configura al interrelacionarse con otras organizaciones en particular, dependiendo de sus necesidades, sin tener que participar o recurrir a la red de mayores dimensiones o macro red. Cuando hablamos de redes organizacionales internas, nos estaremos refiriendo a las redes que se configuran hacia el interior de las organizaciones, donde se excluye cualquier contacto que no pertenezca a la empresa; de esta manera un tanto simplista y un tanto falto de rigor, evitaremos confusiones entre términos como inter o intra. En el caso de la identidad, no profundizaremos en el tema de cultura, al que consideramos muy extenso, del cual nos interesa la identidad y en especial la identidad organizacional.

Es a través de la perspectiva organizacional, que se realizó el análisis de la red y la identidad apoyandonos en diferentes disciplinas como: la psicología, sociología, antropología, comunicación, administración, economía, cibernética y otras, como podrian ser arquitectura e ingeniería civil.

Lo anterior se puede ejemplificar en la figura 1, donde las diferentes disciplinas utilizadas en este trabajo, cuentan con sus propias perspectivas para estudiar a las redes organizacionales y/o a la identidad, algunas de ellas complementan sus estudios desde perspectivas multidisciplinarias o interdisciplinarias.

En las figuras 2 y 3 presentamos las variables que consideramos pueden guiar la investigación para lograr los objetivos de esta investigación.



Fuente: elaboración propia a partir de De la Rosa, A. (2018)

Figura 1. Líneas de investigación. Fuente: elaboración propia a partir de De la Rosa, A. (2018)

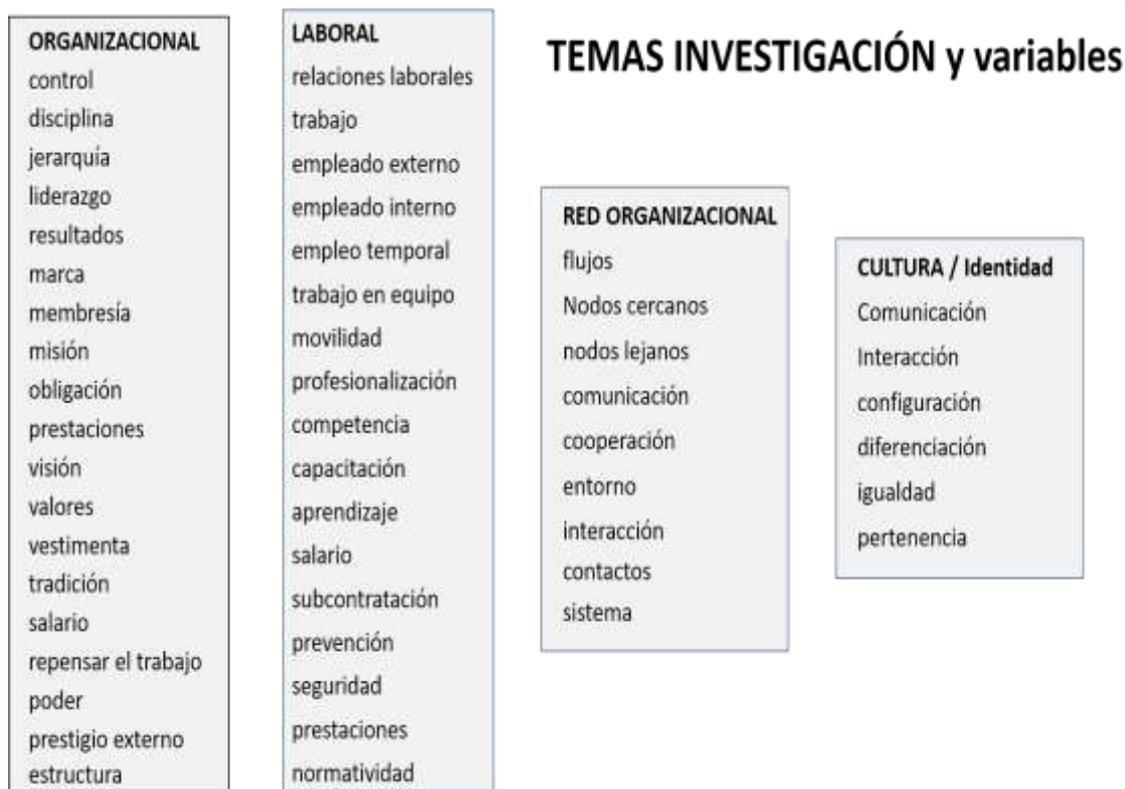


Figura 2. Temas de investigación y variables 1a parte. Fuente: elaboración propia



Figura 3. Temas de investigación y variables 2a parte. Fuente: elaboración propia

1.4. Formulación del Problema de Investigación

La creación de conocimiento que genera la investigación científica y tecnológica, el saber de oficios, profesiones, ciencias y técnicas; brindan identidad a los individuos, a los equipos y grupos de trabajo, así como a la organización; a medida de que la interacción con otras organizaciones e individuos se va estableciendo y modificando, nos permite pensar en redes organizacionales y la identidad como fenómenos organizacionales que se configuran, interactúan e interaccionan en términos de una dicotomía unión-división; es en las redes organizacionales que se forman entre las empresas del sector de la construcción, que los beneficios derivados de la cooperación entre las organizaciones y entre sus miembros, no solo dejan huella a nivel de apoyo o beneficios a cada uno, van más allá de ellos afectando a la Identidad; es precisamente en estas interacciones, aun cuando en apariencia no hubiera beneficios para alguna de las partes, la esencia de la cooperación permanece, y aunque no sea palpable, de forma subjetiva los efectos de estas interacciones afectan en la estructura interna de las organizaciones y de sus miembros; es por ello el interés de ésta investigación de comprender como en el espacio organizado de una obra en construcción denominada Punta Museo, donde las diferentes organizaciones que participan en su realización, al irse integrando e interactuando a través de la complementariedad, conectividad e interdependencia, van configurando la red organizacional, repercutiendo en una serie de identidades desde las individuales a las organizacionales, y que se van reconfigurando al integrarse individuos u organizaciones.

El sector de la construcción, con todas sus complejidades ofrece a los investigadores de los estudios organizacionales, así como de las ciencias sociales y humanidades, diversos fenómenos poco estudiados, que pueden ser observados en lo general en el sector como tal, también pueden ser observados en específico en cada sub sector y en particular en alguna obra en construcción o bien en las organizaciones que lo conforman, esto

representa para este trabajo la oportunidad de brindar un acercamiento a esta industria que si bien, se puede percibir un tanto simple y sin complejidad, pero poseedora de muchos peligros, probablemente de forma superficial podemos llegar a pensar que una obra se compone de materiales, herramientas, obreros haciendo la mezcla y el colado; arquitectos e ingenieros que revisan planos y dirigen la obra, donde se maneja mucho dinero, pero al acercarnos más a su problemática, las diferentes estructuras organizacionales y las distintas configuraciones que se van adaptando, vamos descubriendo la complejidad y un universo a descubrir en este un tanto sector económico un tanto olvidado.

1.5. Objetivo General

Estudiar las interacciones particularidades, complejidad, problemática, convergencias y especificidades que se efectúan entre las redes organizacionales y la identidad en el sector de la construcción, en el espacio organizado de una obra en construcción denominada Punta Museo.

1.5.1. Objetivos específicos

- Estudiar las particularidades, especificidades, complejidad y problemática del fenómeno de las redes organizacionales en la obra de construcción Punta Museo a partir del análisis teórico y empírico.
- Identificar, caracterizar y analizar las variables que intervienen en la identidad en la obra de construcción Punta Museo a partir del análisis teórico y empírico.
- Identificar la forma en la que la red organizacional favorece o limita el desarrollo integral de la Identidad y analizar los factores que determinan su reconfiguración.

- Identificar la forma en la que la Identidad favorece o limita el desarrollo integral de la red organizacional y analizar los factores que determinan su reconfiguración.

1.5.2. Preguntas de investigación

Pregunta Eje

¿Cómo interactúan las redes organizacionales con la identidad y cuáles son los factores que determinan su reconfiguración en el sector de la construcción, en el espacio organizado de una obra en desarrollo denominada Punta Museo?

Preguntas específicas

- ¿Cómo interactúan las redes organizacionales con la identidad en el espacio organizado de la obra Punta Museo?
- ¿Cuáles son los factores que determinan la reconfiguración de la red organizacional con la identidad en Punta Museo?
- ¿Cuáles son los aspectos diferenciadores a tomarse en cuenta entre las obras de construcción medianas a grandes (en cuanto a tamaño y extensión, no por cantidad de trabajadores), en relación a la cantidad de empresas contratadas?
- ¿Cuáles son los factores que adopta la obra Punta Museo para con menor cantidad de empresas contratadas poder realizar entregas de obra en tiempo y presupuesto en contraste con las obras que contratan una mayor cantidad de empresas?

1.6. Relevancia, Pertinencia y Factibilidad

Si las redes organizacionales y la identidad dentro de los ambientes de trabajo y sus reconfiguraciones, ejercen influencia en el comportamiento organizacional; dentro del

sector de la construcción, en los espacios organizados u obras de construcción, diferentes organizaciones coinciden y colaboran, cada una por su parte, para poder alcanzar el objetivo de erigir una edificación y los beneficios que esto conlleva; por lo que se requiere de la comunicación, cooperación, conectividad e interacciones entre individuos y empresas para lograr los objetivos tanto comunes como propios, por lo que la configuración de redes y distintas identidades individuales, grupales y organizacionales van configurándose de forma aleatoria e integral formando redes e identidades temporales, las cuales se van reconfigurando al integrarse otras organizaciones, surgiendo una red e identidad propia de la obra.

Esta red e identidad de la obra, cuando se concluyen labores y la obra finalmente es entregada, sucede algo, la teoría muestra que algunos enlaces de las redes se pierden, otras quedan en estado latente, otros continúan activos al continuar las necesidades de cooperación entre empresas, pero se desconoce qué es lo que le sucede a la identidad, tanto la de los individuos, como grupos y organizaciones que colaboraron en la obra; por lo que, consideramos pertinente conocer sobre estos dos fenómenos percibidos en el sector de la construcción, redes organizacionales e identidad, por lo que consideramos la necesidad de estudiar las particularidades, complejidad y problemática del fenómeno de las redes organizacionales en la obra de construcción Punta Museo, así como identificar la forma en la que la red organizacional favorece o limita el desarrollo integral de la Identidad y analizar los factores que determinan su reconfiguración y viceversa.

Cabe señalar que, durante este trabajo de investigación, se pudieron realizar varios estudios piloto en cuatro obras diferentes, siendo Punta Museo, la quinta obra y la que mostró algunas diferencias significativas frente a las otras; por lo que comprender cuáles son los aspectos diferenciadores que se dan entre las obras de construcción en cuanto tamaño por extensión, y no por la cantidad de trabajadores, lo que permitirá una mejor

comprensión de las configuraciones que se presentan y, como éstas a su vez, reconfiguran a la identidad y las redes organizacionales.

La factibilidad de desarrollar una investigación dentro de una obra de construcción mediana o grande, por lo menos en lo que era el Distrito Federal (DF), el cual desde el 2016 fue convertido en el estado número 32 de la república mexicana y denominado Ciudad de México (CDMX), es relativamente sencilla por la gran cantidad de edificaciones nuevas en construcción que se realizan a lo largo y ancho de lo que alguna vez fuera la antigua Tenochtitlan, debido al constante crecimiento demográfico y expansión geográfica. Aún con la alta demanda de construcción en la Ciudad de México, los cierres, suspensiones, clausuras, falta de recursos económicos de las empresas constructoras, trámites y permisos que generan problemas con las alcaldías, problemas de incumplimientos de pagos hacia el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), y la constante supervisión de la Secretaría de desarrollo urbano y vivienda de la CDMX (SEDUVI) y los mismos vecinos que se niegan a las construcciones, alegando haber situaciones de falta de agua, espacio de estacionamiento y congestionamientos de tráfico vehicular; los anteriores problemas mencionados, también son parte de la problemática del sector, ya que son constantes e influyen al permitir que las obras continúen o no, siendo esto un riesgo a tomarse en cuenta para los investigadores.

1.7. Mapa de la Investigación

Por su tamaño véase en la próxima hoja la figura 4, dividida en dos partes, las cuales representan el mapa de la investigación de este trabajo:

MAPA DE LA INVESTIGACIÓN

FUENTE: Elaboración propia

INTERACCIÓN ENTRE LAS REDES ORGANIZACIONALES Y LA IDENTIDAD

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I. Problema de investigación

CAPÍTULO II. Marco Teórico Conceptual

CAPÍTULO III. Enfoque Metodológico

<ul style="list-style-type: none"> • Problemáticas detectadas ❖ Complementariedad, conectividad e interdependencia ❖ Trabajo externo • Delimitación • Formulación del Problema de Investigación • Objetivo General ➤ Objetivos específicos ➤ Pregunta de investigación • Relevancia, Pertinencia y Factibilidad 		<ul style="list-style-type: none"> Cualitativa Descriptiva Explicativa Flexible Perspectiva fenomenológica Método de análisis: estudio de caso Herramientas: observación no participante e indirecta Entrevista como conversación
<h3>CAPÍTULO IV. Estudio de caso</h3>	<h3>RESULTADOS</h3>	<h3>INTERPRETACIÓN</h3>

V Reflexiones

Referencias

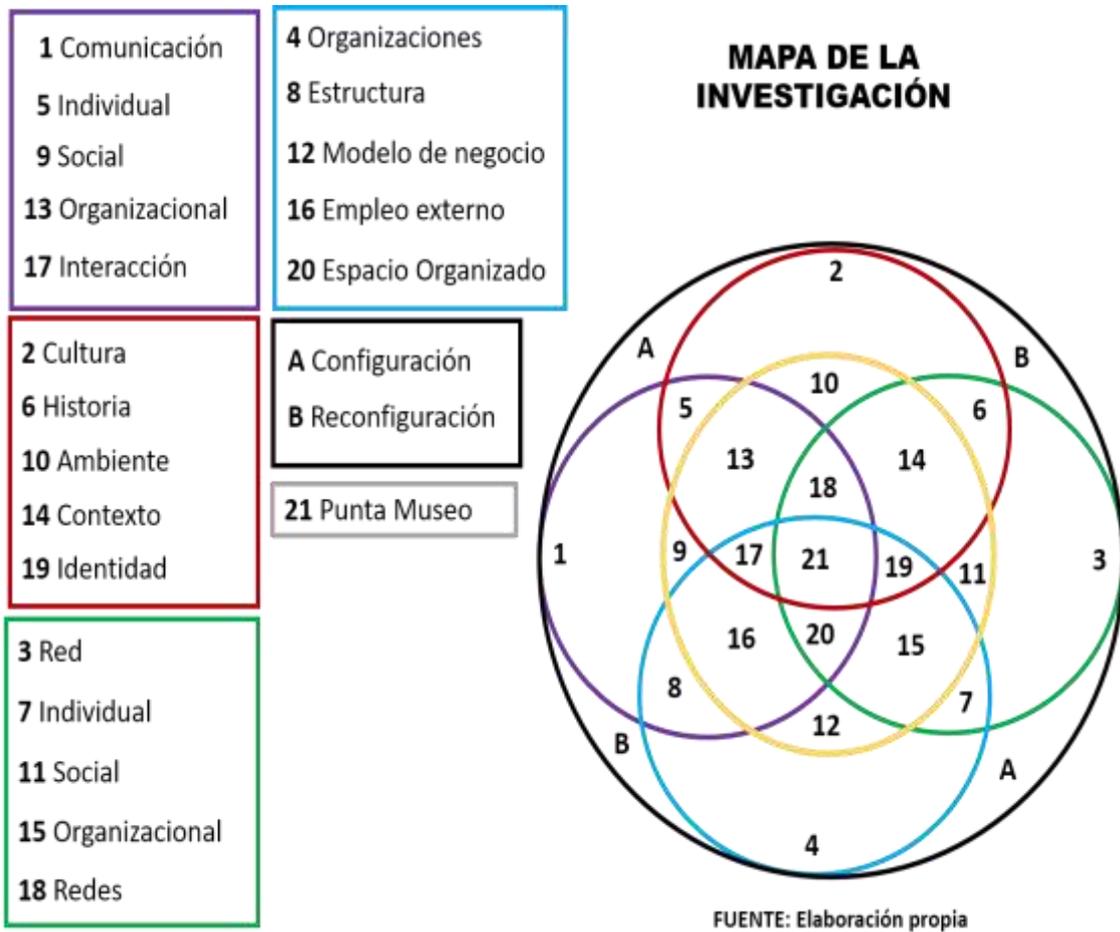


Figura 4. Mapa de la investigación. Fuente Elaboración propia

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2. Red e identidad organizacionales y apuntes sobre el sector de la construcción

La globalización pone al sector de la construcción ante la necesidad de la cooperación entre las empresas que la conforman y reconfigurarse desde su interior para poder sobrevivir y ser competitivas, ello nos permite suponer que las organizaciones internamente deben poseer una estructura diseñada para interactuar con diferentes sectores productivos además del propio y, un funcionamiento tanto complementario como adicional para generar identidad y una mayor especialización, por lo que en este capítulo se busca establecer un marco teórico conceptual que permita establecer las bases para el análisis de las interacciones que se generan entre la red organizacional y la identidad en Punta Museo, para ello lo dividiremos en dos ejes temáticos, en el primero hablaremos sobre las redes, la comunicación, las relaciones entre nodos, la red organizacional, sus tramas y las redes multidimensionales. El segundo eje temático trata sobre la cultura en las organizaciones y la identidad organizacional, buscando presentar como interactúan con las redes, por último, el tercer apartado brinda apuntes sobre el sector de la construcción en México y su contexto, una breve explicación sobre que es el desarrollo inmobiliario, la diferencia entre obra y proyecto, las etapas y fases de la obra de construcción, la organización y estructura de la obra, la tercerización y los modelos de negocio, lo que nos permitirá una mejor comprensión de nuestro objeto de estudio.

2.1. Redes

Los avances en computación en los años 70, permitieron tomar en cuenta al análisis de redes como un campo interdisciplinar, dando lugar a que sean analizadas tanto por las ciencias duras como por las ciencias blandas, en estas últimas surgen dos de los enfoques más representativos, siendo uno de ellos influenciado por el campo de la Sociología, se trata de los estudios de las redes sociocéntricas, que analizan las relaciones entre

diferentes componentes en una red o Análisis de Redes Sociales (ARS). Por otro lado, del campo de la antropología surgió, el Análisis de Redes Personales (ARP), que tienen por objeto el estudio de la red de un componente o actor específico, y comparar esos datos con el de otras redes personales (Cachia en Molina y Jariego, 2010 p.7), lo que hace pensar que el análisis de redes se centra en las relaciones binarias o múltiples. De las ARS y las ARP tomaremos algunos elementos que nos conduzcan a comprender qué son las redes organizacionales, las cuales al ser estudiadas desde diferentes aproximaciones disciplinarias ofrecen un vasto panorama de interés común y otras perspectivas a las ciencias sociales. De Newman (2003), retomamos que una red es un conjunto de elementos, al igual que el autor a este conjunto de elementos los llamaremos vértices o nodos, y a las conexiones que se realizan entre ellos, las llamaremos bordes o lazos. Durante esta investigación, no se analizan las redes sociales o las personales, sino que retomando algunos de los factores que se toman en cuenta en su análisis, tratar de comprender a las redes organizacionales y los factores que intervienen en su configuración y de qué forma interactúan con la identidad.

2.1.1. La organización como red

Brummans, Cooren, Robichaud y Taylor (2014) proponen que, si se toma a la organización como una red, ésta puede ser asociada con las prácticas locales, (por ejemplo, en México, la Volkswagen es asociada con la ciudad de Puebla siendo la empresa más grande del estado); pero también le permite estar presente en los patrones conversacionales económicos y sociales mundiales. Cooren y Taylor, más adelante en su investigación, plantean que la organización será un efecto de lo organizado, no su antecesor, siendo una resultante de las interacciones y las diferentes negociaciones

transaccionales que se dan lugar fluyendo entre las fronteras no visibles tanto interiores como exteriores teniendo como resultado la unión de la organización con su ambiente.

Brummans, Cooren, Robichaud y Taylor (2014), apuntan que, una vez que la organización ha sido conformada, adquiere características propias que le permiten hacerse presente a las demás organizaciones con las que se relaciona y con sus propios miembros, por lo que puede ser constituida como actor y ser capaz de representar a la colectividad, pero al no tener voz propia se verá obligada a recurrir a agentes para que la representen, y así podrá tomar decisiones y hasta podría plantearse que le será posible realizar una especie de conversaciones con otros macro agentes.

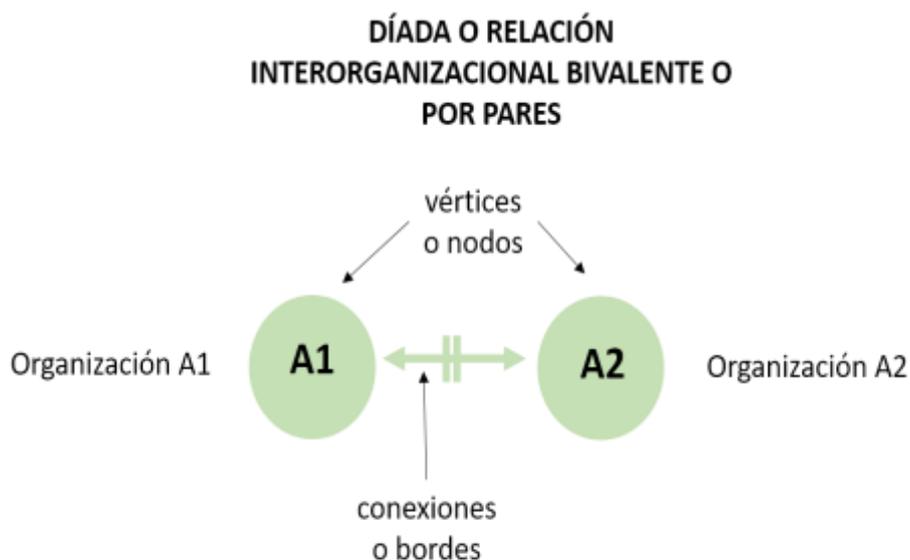
De lo anterior, podríamos resumir que una organización está constituida a través de la comunicación, de manera que puede comunicarse con otras organizaciones y con individuos, formando una red de comunicación y una red organizacional.

2.1.2. Elementos para comprender las redes

El estudio de las teorías aporta elementos fundamentales para explicar la conformación de redes como estructuras complejas que benefician las relaciones entre organizaciones, en opinión de Newman (2003) el análisis de redes sociales busca conocer la estructura y la composición de una red en particular, por lo que para poder entender las características de las redes organizacionales debemos conocer algunos conceptos que forman las bases del análisis de redes y así poder identificar los elementos que detallan su estructura, siendo la *centralidad* uno de los factores que permite analizar como los individuos tienen mejores conexiones que otros, otro es el factor *conectividad*, que permite analizar si se realizan las conexiones o no entre individuos y entre cuáles de ellos (Newman, 2003). Cachia (2010) presenta otro factor, el de *relaciones* o relación entre los nodos, basándose en los estudios de Knoke y Kuklinksy (1982) que plantean que existen

relaciones de *contenido* y relaciones de *forma*. Hall (1996, p. 234) por su parte presenta ideas parecidas y agrega que todas las organizaciones tienen relaciones con otras, haciendo la distinción de que algunas de esas relaciones son cordiales mientras que otras son de vital importancia durante la cooperación entre organizaciones.

Cachia explica en su trabajo (p. 10) que las relaciones de contenido tratan sobre los tipos de relaciones que se efectúan durante la conexión y que las relaciones de forma nos refieren a las propiedades de la relación entre dos nodos, díadas o por pares, a lo que Hall (1996) afirma que existe un consenso general con respecto a las formas básicas que tienen las relaciones interorganizacionales, considerando la existencia de tres relaciones, donde la primera sería la relación bivalente o por pares (véase la figura 5)



Fuente: Propia en base a Van de Ven y Ferry (1980)

Figura 5. Relación interorganizacional bivalente, díada o por pares. Fuente Van de Ven y Ferry (1980) citados por Hall (1996) p. 298 y modificado para este trabajo.

Hall también menciona que éstas relaciones interorganizacionales existen independientemente del contenido de la relación. Cachia (2010 p.10) refiere que Burt (1982), propuso que las relaciones de forma presentan dos aspectos, siendo la *fortaleza*

del lazo entre dos nodos y el *nivel de participación conjunta* en las mismas actividades.

Hall considera que la relación bivalente al ser la más simple de todas, probablemente sea la que ha recibido la mayor atención en la investigación empírica. Cachia considera que los trabajos de Boissevain (1974) y Kapferer (1969), hacen pensar que, para analizar la red de una misma población, es necesario tomar en cuenta los diferentes componentes, así como los diferentes problemas que en ella se verifican, por lo que podemos pensar en la existencia de más de una relación entre nodos, misma que Cachia denomina redes múltiples (p.10). la cual presenta elementos de lo propuesto por Hall (1996) en la segunda relación interorganizacional, conocida como conjunto interorganizacional, que, para la autora en su investigación, esta relación se derivó del análisis de Merton (1957) sobre el papel de los conjuntos y de los trabajos de Evan (1966) y Caplow (1964) quienes introdujeran la idea del conjunto organizacional. (Hall, 1996 p. 236), véase figura 6, donde elementos como la centralidad, contenido, relación y forma ya pueden comenzar a ser observados y la conectividad se encuentra presente por igual en todos los nodos con el que tienen relación de centralidad.

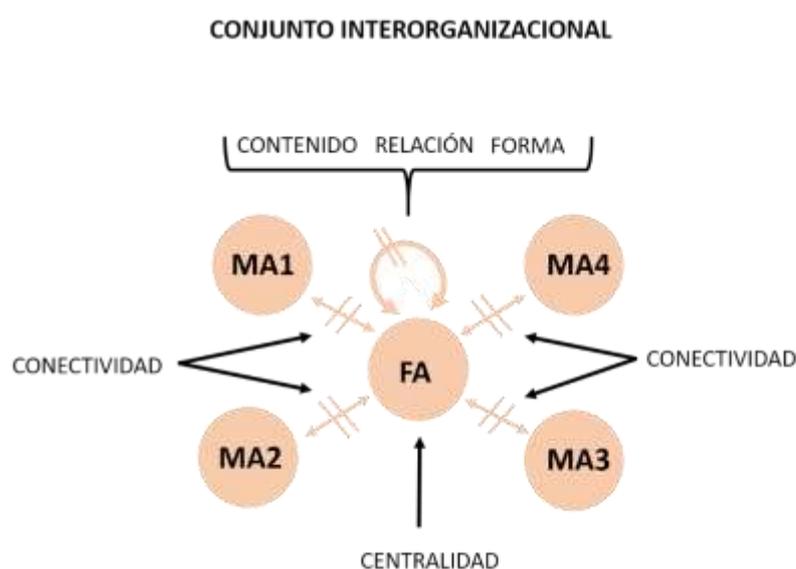


Figura 6. Conjunto interorganizacional. Fuente Van de Ven y Ferry (1980) citados por Hall (1996) p. 298

Hall (1996) atribuye a Aldrich (1979) la introducción de una variante en el conjunto organizacional entendiéndolo como “el conjunto de acción que está compuesto por un grupo de organizaciones formadas en una alianza temporal con un propósito limitado”. También es Hall (1996 p. 237) quien atribuye a Van de Ven y Ferry (1980) la definición de red como el "patrón global de interrelaciones entre un grupo de organizaciones que están enlazadas dentro de un sistema social para lograr objetivos colectivos y de autointerés o para resolver problemas específicos en una población blanco" (citado por Hall 1996, p. 237). Hall en su investigación, considera que las redes interorganizacionales incluyen a todas las organizaciones vinculadas por cooperación o presentan algún tipo específico de relación (véase la figura 3), y por tanto, se configuran al estar construidas por conexiones entre todas las organizaciones de una misma población, para ello cita a Metcalf (1976) quien encontró que las relaciones interorganizacionales sirven a las organizaciones en la medida en que ellas las adaptan a sus propias necesidades, por lo que Hall deduce que las relaciones interorganizacionales son un medio de adaptación, y no son una simple respuesta, a las presiones ambientales (Hall 1996, p. 241), y presenta un conjunto simplificado de distinciones entre el medio ambiente, las organizaciones en cuestión y la calidad de las relaciones, identificando seis alternativas, las cuáles se muestran en la siguiente Tabla 1.

Tabla 1

Conjunto simplificado de distinciones entre el medio ambiente, las organizaciones en cuestión y la calidad de las relaciones

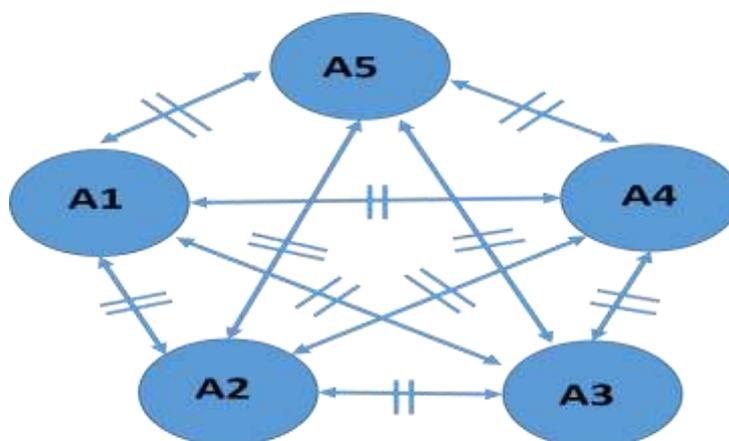
medio ambiente	organizaciones	relaciones
organizaciones	relaciones	medio ambiente
relaciones	organizaciones	medio ambiente
organizaciones	medio ambiente	relaciones
medio ambiente	relaciones	organizaciones
relaciones	medio ambiente	organizaciones

Fuente: Hall, 1996 p. 241

Tabla 1. Conjunto simplificado de distinciones entre el medio ambiente, las organizaciones en cuestión y la calidad de las relaciones. Fuente: Hall, 1996 p. 241

Para Hall, cada alternativa de las seis, representa una suposición posible acerca de las interrelaciones que pueden existir entre las tres distinciones, y que puede existir un aumento de la complejidad debido a la posible existencia de circuitos de retroalimentación para cada alternativa, debido a que los componentes interactúan de manera integral (Hall, 1996 p. 241) como puede verse en la figura 7.

RED INTERORGANIZACIONAL



Fuente: Van de Ven y Ferry (1980)

Figura 7. Red interorganizacional. Fuente Van de Ven y Ferry (1980) citados por Hall (1996) p. 298

2.1.3. Centralidad y Tramas

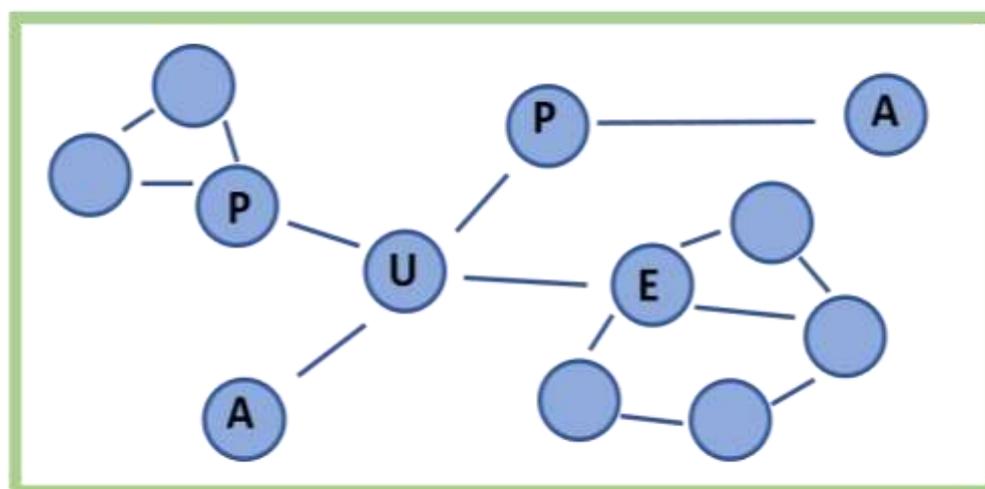
Cachia (2010 p.8) considera que los distintos análisis de redes pueden ser aplicados a cualquier tipo de red y que no se centran tan sólo en la conducta humana, lo que permite abarcar a organizaciones o países; la autora explica que Adams (2008) (citado en Cachia 2010 p.18) expone diferentes métodos de análisis de redes sociales y varias técnicas, de los diferentes métodos de análisis que proponen, en este trabajo nos inclinamos al uso del método de Posición, el cual permite a los investigadores determinar la posición de los nodos en la red, los bordes existentes entre los diferentes nodos permitiendo comprender dónde se posicionan los actores, y dónde se localiza cada nodo en la red completa. Según la autora (2010) es Freeman en su trabajo de 1978 quien explica que, en el método de posición, la centralidad de grado se le otorga al actor con más bordes o lazos de la red y se le denomina centro. Este nodo al ser el poseedor del máximo posible de centralidad o bordes, puede llegar a obtener ventaja sobre los demás al ser menos dependiente de otros nodos y aumentar la posibilidad de contar con formas alternativas de satisfacer sus necesidades (Hanneman & Riddell, 2005 citados en Cachia 2010 p. 19). es Cachia quien propone que la forma más simple de obtener este tipo de datos es midiendo el número de conexiones que presenta cada nodo en comparación con el nodo opuesto dentro de una red. Es Allen (1976) quien categorizara las unidades de análisis o tramas de una red social, en la cuales para este trabajo sustituiremos el término de actor (pues es el utilizado en el análisis de redes sociales), y lo cambiaremos por el término de organización, siendo Waldstrom (2001) citado por Vega de Jiménez (2005), quien agregara el término de “trama” en el análisis de las redes y la definiría como las unidades de análisis, por lo que éstas pueden ser individuales, diádicas, grupales específicos o incluir a todos los grupos:

- Trama Puente (P): determinado por aquella organización que se conecta con dos o más organizaciones de un mismo grupo.

- Trama Unión (U): el vínculo una varias organizaciones son más las conexiones con grupos diferentes que con un único grupo.
- Trama Aislada (A): Generalmente posee comunicación con un único vínculo y la participación es muy esporádica.
- Trama Estrella (E): Lo constituye la organización con el mayor número de interacciones, independientemente si es inter o intragrupal.

Los cuatro tipos de trama se pueden ejemplificar de manera gráfica en una red informal de manera imaginaria en la figura 8.

RED INFORMAL EN UNA ORGANIZACIÓN IMAGINARIA



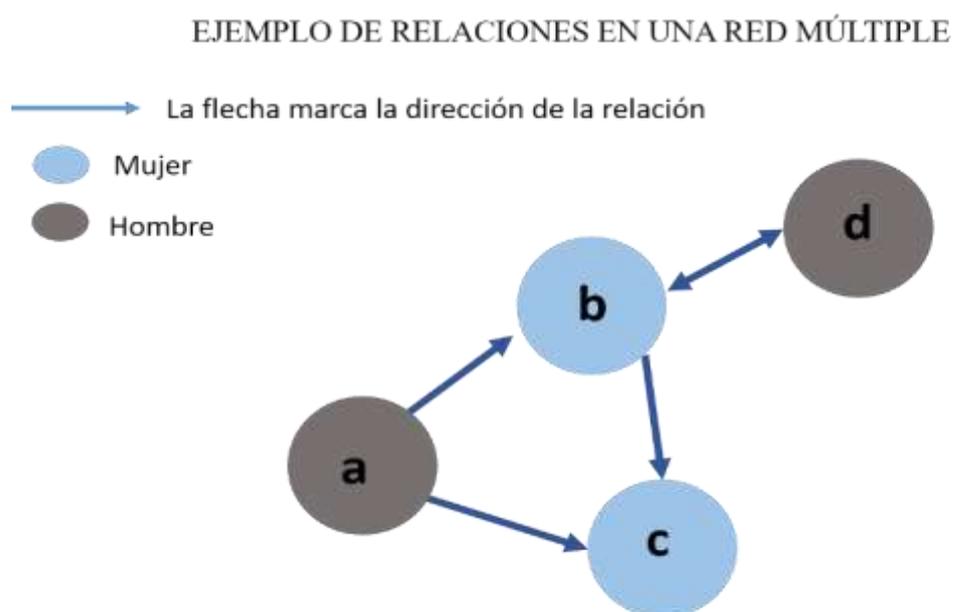
Fuente: Vega de Jiménez (2005 nd)

Figura 8. Red informal en una organización imaginaria. Fuente: Vega de Jiménez (2005)

Con los elementos anteriores mencionados en lo que va de éste capítulo, podríamos visualizar a las redes como nexos de mecanismos de integración, cooperación, coordinación y competencia, donde la trama en una red organizacional estará conformada por las organizaciones que forman parte y se relacionan entre ellas a través de diversas formas de comunicación con diferentes finalidades, lo que empíricamente posibilita la

generación de un ambiente que propicie la construcción de la identidad. Andrews, Basler y Coller en su trabajo (2002) aseguran que un número creciente de trabajos de investigación se ocupan de estudiar a las redes en las que los miembros de la organización interactúan, el papel que desempeñan las estructuras informales sociales en las organizaciones y los efectos de estos en el comportamiento y la actitud de los miembros.

En la siguiente figura 9 propuesta por Cachia existe una relación direccional entre **AB**, **BC** y **AC**.



Fuente: Cachia (2010 p. 10)

Figura 9. Ejemplo de relaciones en una red múltiple imaginaria. Fuente: Cachia (2010 p. 10)

Donde podemos suponer que, **BD** representan a los únicos actores con una relación recíproca. Explica Cachia que, si el gráfico representara la amistad en una escuela, los únicos que tendrían una relación mutua serían sólo **B** y **D**. La dirección de las flechas de las conexiones entre nodos, nos hacen pensar que **A** ha elegido a **B** y **C** como amigos, pero **B** no ha elegido a **A**, por lo tanto, la amistad entre **A** y **B** no es recíproca. Con la

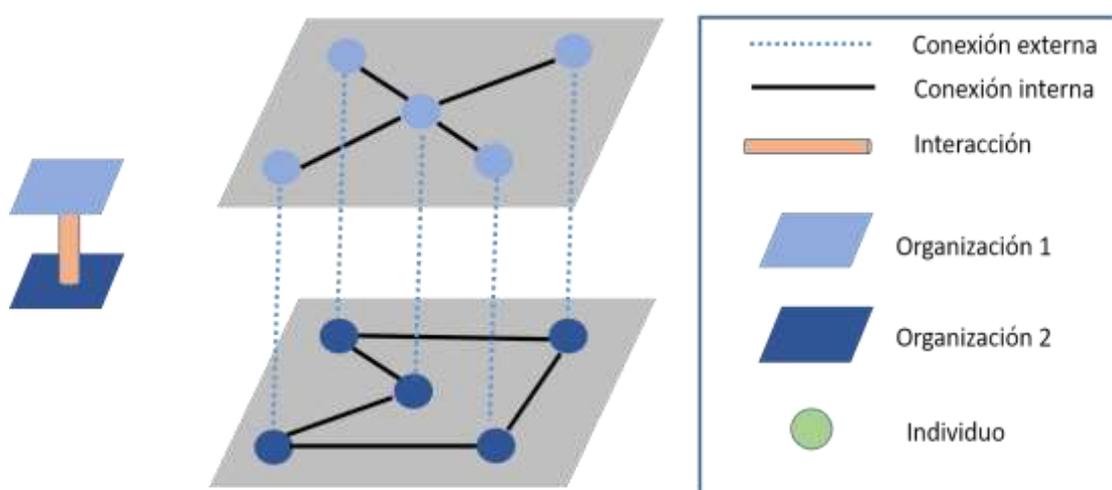
complejidad al interactuar más variables dentro de la red, e interviniera el factor sexo, logramos saber que **D** y **A** son hombres, mientras que **B** y **C** son mujeres, incrementamos los niveles de información permitiéndonos hacer nuevas inferencias.

2.1.4. Redes multidimensionales

A partir de las apreciaciones del Instituto de Biocomputación y Física de Sistemas Complejos (2017) de la Universidad de Zaragoza, (BIFI), muchos de los sistemas del mundo real no funcionan de manera aislada, al estar conectados entre sí, ya que, al efectuarse una interacción en un nivel, afecta la estructura y la función de la otra capa interconectada. Ibarra (1992) al respecto sugiere que no existe una forma de red específica o definida y que existen múltiples formas, que son determinadas por la forma que adoptan y por sus propiedades precisas, esta manera de entender y analizar las redes les permitió a Shumate y Contractor (2003) proponer para el estudio de la relación entre la organización y la comunicación, a los vértices de la red como representaciones de las interacciones de comunicación y a los individuos como bordes; con esto se puede diferenciar a las redes multidimensionales de las redes Multiplex o monocapas que son un modal único, es decir, sólo tienen un tipo de nodo pero con múltiples tipos de relaciones. Cachia (2010) propone que los gráficos que tienen más de un nivel de relaciones y atributos se denominan redes múltiples, para el BIFI (2017) la red multimodal, describe las interacciones que tienen lugar entre los nodos, y las diferentes capas de las redes, representan, a su vez, los diversos modos de interacción; Shumate y Contractor (2014) citando el trabajo de Contractor (2009), realizan una distinción al sugerir que las redes multidimensionales contienen una variedad de diferentes tipos de actores como nodos y diferentes tipos de relaciones entre ellos, haciéndolos a ambos multimodales y multiplex.

Como anteriormente se había mencionado, las redes no son estáticas, ni específicas, por lo que pueden reconfigurarse, Ibarra (1992) describe dos tipos de redes organizacionales: las Redes con estructuras Prescritas, compuestas por relaciones formales entre subordinados y superiores o entre grupos con funciones distintas que pueden interactuar para llevar a cabo la cooperación entre empresas; y a diferencia de la anterior, las Redes con estructura Emergentes, involucrarían patrones de interacción no continuos e informales, donde el contenido de la relación pueden ser de trabajo, social o una combinación; a manera de ejemplificar lo expuesto en los párrafos anteriores, de manera gráfica e idílica, podemos representar en las siguientes figuras, tres formas básicas de las redes múltiples. En la figura 10, representamos la red del tipo monocapa o multiplex, en donde la organización uno, están conectados los individuos con el centro, sin que ellos tengan relación entre sus miembros, ésta organización al tener la necesidad de cooperación con otra organización realiza conexiones con una segunda organización, en la cual, sus miembros poseen mayor relación entre ellos, habiendo una excepción. La red conformada podría tomar la forma de díadas entre cada miembro.

Ejemplo de una red multiplex o monocapa imaginaria



Fuente: BIFI Universidad de Zaragoza.

Figura 10. Ejemplo de una red multiplex imaginaria. Fuente: BIFI Universidad de Zaragoza.

En la figura 11 la representación gráfica de la red multimodal podría adquirir la siguiente forma, al relacionarse las dos primeras organizaciones con una tercera, las relaciones entre individuos de cada organización, serán independientes de las relaciones internas que se producen en sus organizaciones, permitiendo la comunicación entre capas de un mismo tipo.

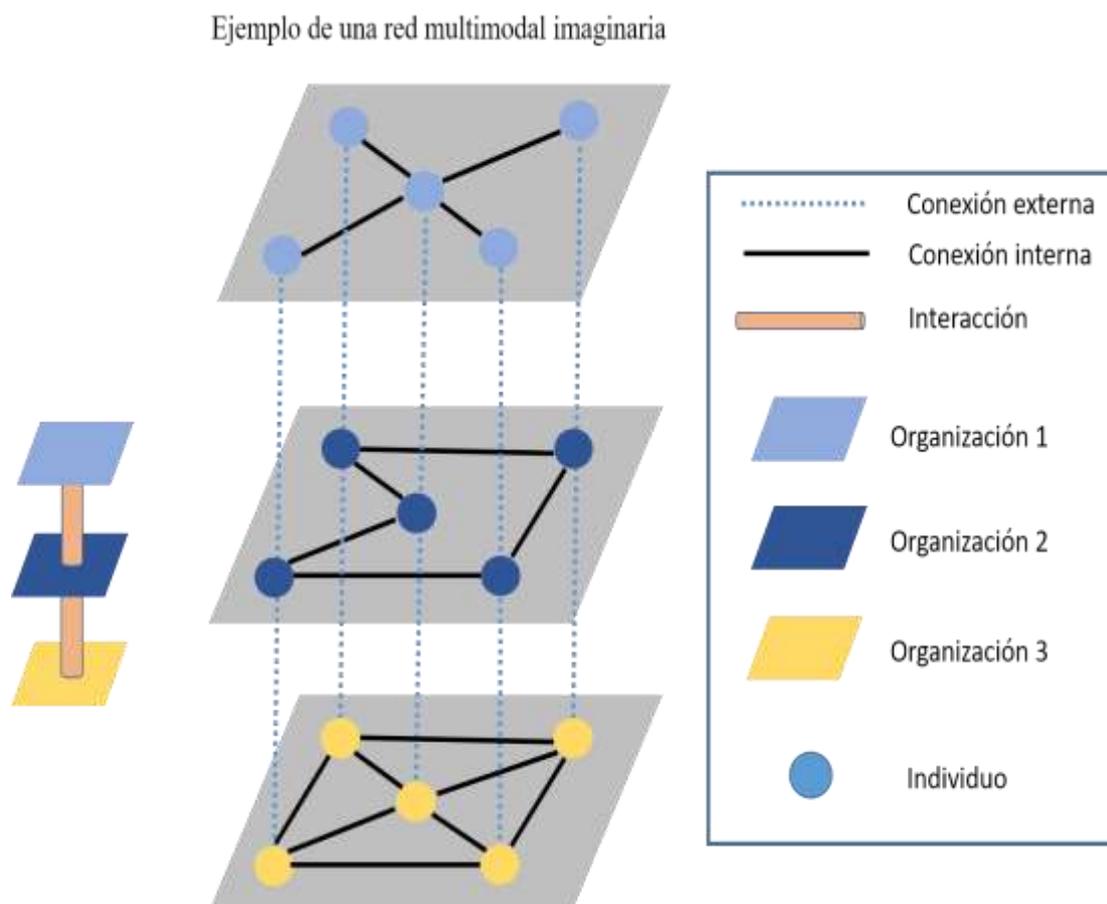


Figura 11. Ejemplo de una red multimodal imaginaria. Fuente: BIFI Universidad de Zaragoza.

En la figura 12, la representación gráfica de una red multidimensional, una de las organizaciones no pertenece a la misma dimensión, brindando nuevas opciones a la cooperación entre ellas, en opinión de Contractor (1990), al incluirse diferentes tipos de nodos se introducen nuevas contingencias teóricas con lo cual el análisis de la red permitiría observar eventos relacionados específicos dentro de estos sistemas.

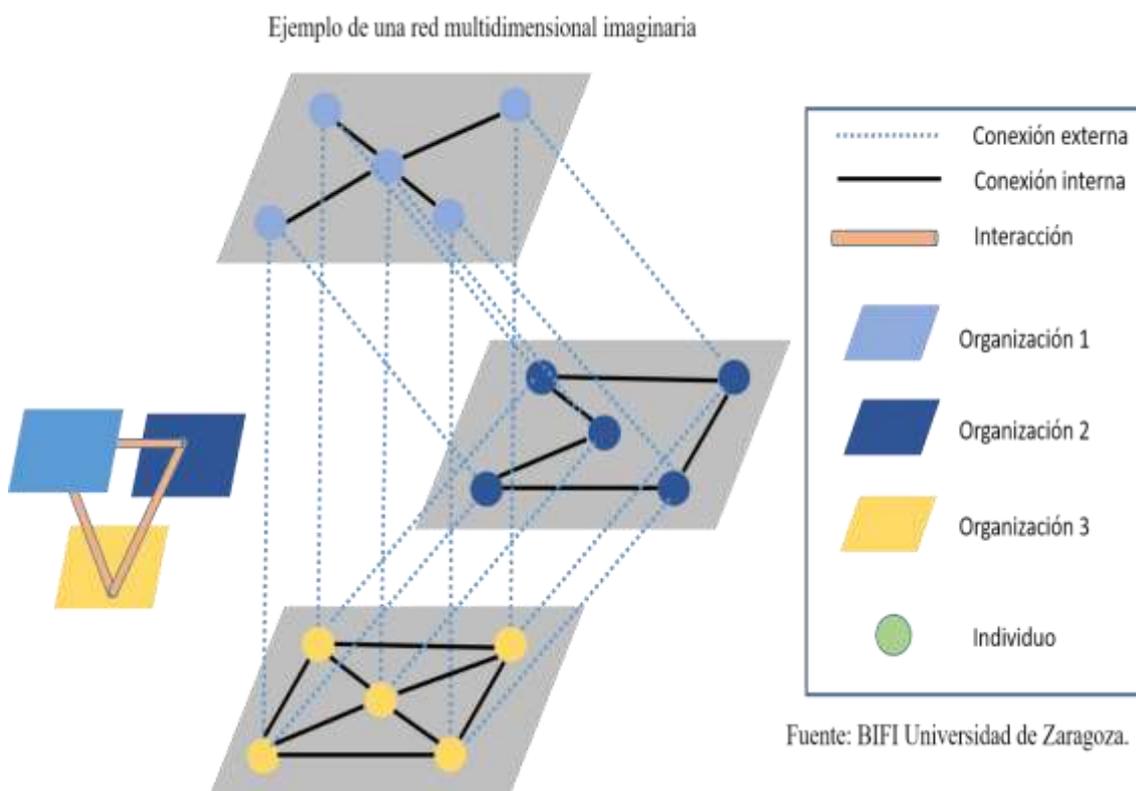


Figura 12. Ejemplo de una red multidimensional imaginaria. Fuente: BIFI Universidad de Zaragoza.

En la figura 13, presentamos una red distribuida multidimensional centrándonos en el ambiente interno del sector de la construcción, suponiendo una frontera artificial con el contexto social, familiar y a otras organizaciones subyacentes del sector, así como, grupos e individuos que pueden estar relacionados en otros niveles o capas, lo que nos permite delimitar la investigación. En la figura se puede observar como a nivel macro, el sector de la construcción se encuentra interconectado, distribuido y con diferentes capas. Cabe mencionarse que cada nodo probablemente tenga identidades diferentes y de diversa índole, dando gran complejidad al sector lo que brinda a nuestra investigación la expectativa de que los resultados del estudio promuevan el desarrollo y la aplicación de nuevas herramientas y mejoren nuestra comprensión sobre la estructura y dinámica de los sistemas naturales y artificiales.

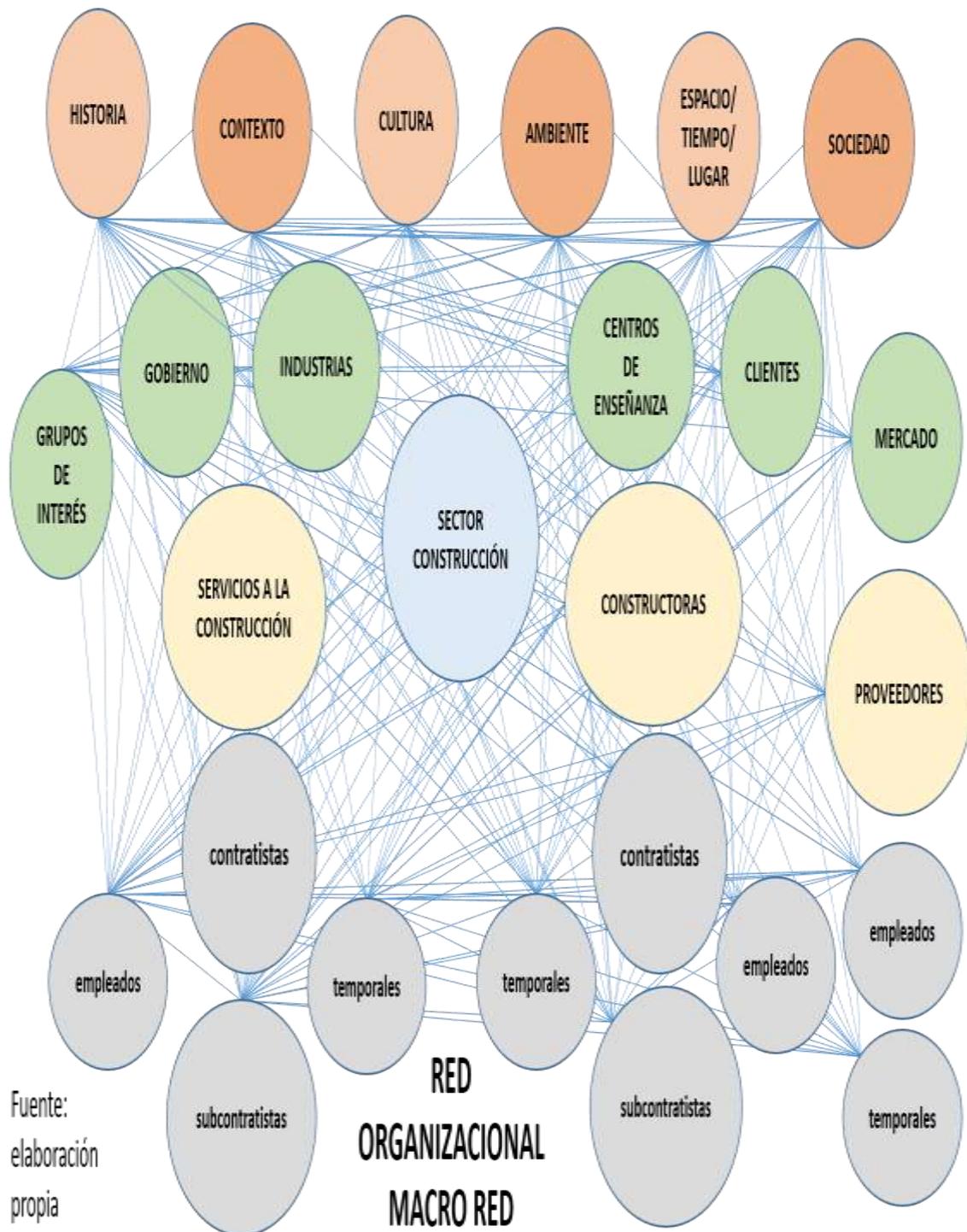


Figura 13. Red Organizacional del sector de la construcción. Fuente elaboración propia

2.1.5. Red organizacional

Con la introducción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, el análisis de la red muestra otro proceso diferente al de la tecnología, y como se pudo apreciar en el punto anterior, la importancia que los factores externos (estáticos y dinámicos) tienen en el desarrollo de cada uno de los participantes en la red. En este contexto, el uso del término <redes> permitirá analizar las consecuencias económicas y sociales fuera de las fronteras internas y las interdependencias sobre el comportamiento de las empresas (Casalat (2004) p. 578; Cimoli, 2000).

Marianela Vega de Jiménez, (2005) explica la naturaleza y el alcance de las redes. En su trabajo, habla sobre las investigaciones de diversos autores (J. M. Podolny y K. L. Page, 1998; J. Stamps y J. Lipnack, 2007; M. Schweer, D. Assimakopoulos, R. Cross, y R. J. Thomas, 2012, Burt, 1992; Bordieu, 1992; Putnam, 1993, entre otros), quienes han propuesto distintos conceptos con el propósito de explicar y delimitar a las redes organizacionales; para fines de ésta investigación se considera la propuesta de Vega de Jiménez que plantea la conceptualización de las redes a partir de los autores mencionados y adapta su explicación al ámbito organizacional al relacionarlas con las propuestas sobre las organizaciones que plantearan Hall y Goldhaber, de este último retoma la estructura sistémica formal al plantear que entender una red como sistema, sugiere una estructura dinámica en la cual se realizan una serie de interacciones; de Hall reconoce la existencia de la mutua relación entre las organizaciones y sus ambientes; siendo éste último un factor determinante de la estructura y sus procesos (Hall, 1996 p. 10). Vega de Jiménez (2005) en su explicación de la naturaleza y el alcance de las redes define la Red Organizacional como:

“Una estructura sistémica formal, integrada por un conjunto de organizaciones que interactúan, a través de la transferencia de información y tecnología, e intercambio de bienes y servicios, conformando un compuesto organizacional para alcanzar la evolución de las organizaciones que la conforman y el desarrollo socioeconómico de la región o país en que opera”. Vega de Jiménez

Esta definición desde la perspectiva de la comunicación organizacional nos refiere a la relación formada entre organización y comunicación, dicha relación se apoya en varios tipos de interacciones de comunicación, siendo elemento central de las redes el intercambio de información, es así como Ibarra (1992) refiere que, según Krackhardt, existen tres propiedades que definen la estructura de las redes y que están relacionadas con la flexibilidad y facilidad de información, siendo la primera la densidad que tiene que ver con la capacidad de conexiones reales y potenciales entre individuos u organizaciones en la red, la conectividad y la jerarquía; la segunda propiedad la denominan conectividad como el grado de vinculación directos o no, por último, el tercer factor le nombran jerarquía y trata sobre los patrones por capas de niveles o la desigualdad en el grado de involucramiento entre los miembros en la red (1992) y quienes utilizan tres estrategias que afectan la capacidad individual para obtener información de importancia, siendo la autonomía, la diversidad y la fluidez. Las estrategias usadas permiten observar dentro de una red, ya que en cada nodo circulan diferentes flujos de información, la capacidad de la organización de mantener una posición estable aun cuando sostenga nexos con varios contactos y diferentes capas.

Vega de Jiménez (2005) considera que para que una organización genere mayores beneficios con el uso de su red, deberá darle mayor importancia a la pluralidad de contactos, siendo de menor importancia la cantidad de ellos. La pluralidad representará fuentes de información independientes y novedosas asegurando diversos recursos de información, permitiendo surgir la información oculta al existir diferentes grupos, aunque no sean muchos sus miembros. Tener una gran cantidad de contactos en la red que poseen

la misma información, habla bien de la capacidad de comunicar de la organización, pero no se tiene certeza de poseer información importante que genere mayor seguridad para la toma de decisiones o para impedir desastres.

Blackshke, Schoeneborn, y Seidl (2012), basándose en el trabajo de Contractor (1990) sobre el modelo de las organizaciones en red, plantean el concepto de multipertenencia, por lo que proponen que, no es la combinación óptima de elementos, sino la adaptación de éstos lo que configurará el diseño de la estructura lo que permite que las organizaciones se adapten al contexto, la cultura y el ambiente con mayor velocidad. El concepto de multipertenencia que proponen Blackshke, Schoeneborn, y Seidl (2012) al referir que una red está compuesta por nodos y relaciones entre nodos y luego asemejarlos con las diferentes identidades de los grupos de trabajo y de las mismas organizaciones nos permite integrar a nuestro estudio al fenómeno de la identidad, analizar la configuración de la estructura y por lo tanto los factores que favorecen la adaptación, al establecer como punto de partida en el análisis de la red organizacional el criterio de cohesión que estudia al nodo con un vínculo muy fuerte conectado a otro nodo; Vega de Jiménez (2005) interpreta que dichos nodos pueden adoptar distintas formas y tamaños, pero esto dependerá del número de conexiones, el tipo de conexiones existentes (véase la tabla 2) y los nodos participantes:

Tabla 2	
<i>Tipos de conexiones</i>	
<u>Burocráticas</u>	Órdenes, estándares, políticas, procedimientos
<u>Económicas</u>	Transacciones, comerciales o financieras
<u>Operativas</u>	Toma de decisiones comunes, recursos compartidos
<u>Culturales</u>	Valores, normas de conducta, creencias, entre otros
<u>Informativas</u>	Acceso a fuentes de información, intercambios, información compartida, entre otras
<i>Fuente: Vega de Jiménez (2005)</i>	

Tabla 2. Tipo de conexiones. Fuente Vega de Jiménez (2005)

Los tipos de conexiones propuestos por Vega de Jiménez (2005) en la anterior tabla, bien pueden pertenecer a una conexión de algún tipo en específico, pero dependen de la interpretación y el uso que les otorgue el usuario pudiendo intervenir otros factores como la cultura de la organización y la estructura social informal, presentándose también de forma independiente o combinada, por lo que afectaran a los miembros de la organización convirtiéndose en una limitación o una oportunidad para la realización de sus tareas según lo expuesto por Andrews, Basler y Coller (2002, p. 33) a lo que agregan que con todo lo anterior, se moldean las identidades organizativas de los individuos que intervienen; Pina-Stranger (2012 p. 2) opinan que las experiencias, las identidades, los valores o los estatus sociales se articulan a los recursos económicos y que Burt (1992) considera que del resultado de las acciones realizadas por los individuos integrados en redes existen objetivos tanto económicos como no económicos por lo que las instituciones son construidas socialmente.

Pina-Stranger (2012) plantea que los intereses determinan la conformación de relaciones reciprocas entre organizaciones, por lo que, las redes como modos de organización de las actividades de cooperación entre las empresas surgen desde la

aproximación de los individuos para plantear y establecer objetivos comunes como podrían ser el interés por insumos, procesos o personal especializado, por poner un ejemplo visible dentro del sector de la construcción.

2.2. Cultura y cultura de la Organización

Los conceptos de cultura e identidad son conceptos complejos, ambiguos y polisémicos, como lo expresara Marcos (2004) afirmando que son construcciones sociales cuyos significados cambian dependiendo de la época, el tiempo histórico y según quienes los empleen y los fines para los que sean utilizados. Son conceptos estrechamente interrelacionados e indisociables en sociología y antropología. La identidad es el lado subjetivo o como propone Giménez (2000) “intersubjetivo de la cultura”, la identidad no es más que la cultura interiorizada por los sujetos, considerada bajo el ángulo de su función diferenciadora y contrastiva en relación con otros sujetos (Giménez, 2002).

En las ciencias sociales existen diferentes definiciones que se ofrecen sobre la noción de cultura, si bien existen diferentes posturas, son dos las líneas que sobresalen, una de ellas representa la opinión de que la cultura es algo externo al individuo; por el otro lado, se encuentran los que interpretan a la cultura como sistema de reglas internalizado, por lo tanto en la primera se considera que la cultura mantiene el orden social y en la segunda, se plantea que es la cultura la que permite guiar el comportamiento de los individuos.

Para esta investigación, la propuesta de Diez y Domínguez (1996) quienes opinan que la cultura es un fenómeno complejo y difícil de definir, y retoman de Lindgren (1978) el planteamiento de que la cultura es una serie de sistemas de ideas y creencias, valores y normas, símbolos y artefactos, los cuáles pasan inadvertidos por la misma sociedad que los ha construidos a lo largo de su historia y que a su vez, son compartidos por los individuos que la integran; representan lo que entendemos por cultura; si bien el uso del concepto de cultura se ha convertido en algo necesario para estudiar los elementos

fundamentales de la sociedad, según Andrews, Basler y Coller, los autores «culturalistas» tienden a concebir la cultura como un aspecto relevante en la adaptación de las organizaciones y la suelen definir como el sistema normativo de pautas de comportamiento que se transmiten socialmente y que vinculan a los actores con sus entornos (Andrews, Basler y Coller 2002, p. 33); los autores anteriores nos presentan la idea de que la cultura parece existir en todo sistema social y organizacional. Schein (1988) en su opinión muestra que, para entender el comportamiento tanto de la organización como de sus miembros, algunos autores encuentran útil el concepto de cultura organizacional, ya que, desde esta perspectiva, la cultura determina el comportamiento; en opinión de Schein otra perspectiva a considerarse es la de los estructuralistas que atribuyen que para comprender el comportamiento de la organización es suficiente y necesario un buen conocimiento de su estructura. Consideramos que, sobre la cultura, el estado del arte es extenso, por lo que en esta investigación no pretendemos seguir esa línea, sino enfocarnos en una parte de la cultura, la que es aplicada a las organizaciones, con el propósito de entender la identidad, como uno de nuestros ejes principales.

Autores como Andrews, Basler y Coller (2002) citan el trabajo de Berger y Luckmann, (1986); y de las investigaciones de Hirsch, (1986); Hirsch y Shanley, (1996) plantean que la interpretación individual de la sociedad está guiada por el medio cultural en el que la gente se encuentra, estos autores hablan de las retóricas alternativas, o los mitos en la organización, y que surgen, citando a Olick y Levy, (1997), como un intento de controlar la interpretación de la realidad; los mitos, las definiciones de la situación, la atribución de significados, no nacen por sí solos, surgen en parte de las interacciones entre personas y luego se reifican e institucionalizan (Berger y Luckmann, 1986); Andrews, Basler y Coller (2002) entienden al mito como una explicación de la realidad inmediata que expresa creencias colectivas de mayor o menor arraigo y que se manifiesta en

diferentes formas de comunicación, por otro lado, están también sujetas a la manipulación consciente de actores organizacionales clave (Bernstein, 1997). Leal Millán, (1991, p.103) considera que la cultura es una ficción social creada por la sociedad para dar significado y sentido a su trabajo y a su vida, Bernstein también considera que es un potente y eficaz moldeador de pensamientos y conductas humanas afectando a la organización en su interior e incluso puede llegar a afectar más allá de las fronteras de la organización.

Diversos trabajos bajo el tema de la cultura de una organización, asumen que cada organización ha desarrollado con el tiempo, una cultura determinada que la hace distinta a las demás y permite entender un poco la situación de la empresa en el mercado, sobre estos estudios Andrews, Basller y Coller brindan autores que se han centrado en el efecto de la cultura de la organización (2002, p. 35) basándose en el rendimiento de la misma o de sus miembros. Algunos investigadores/as encuentran que existen culturas fuertes y débiles; consideran que las culturas que están fuertemente incorporadas en la vida de la organización y de sus miembros producen un mejor rendimiento tanto en lo colectivo como en lo individual, estas culturas fuertes facilitan que se hagan sacrificios personales por el bienestar del grupo de trabajo, del equipo, del departamento y de la organización, al ser promovida la identidad, procurándose la creación de una mayor y más sólida identificación de los miembros con la organización (Andrews, Basller y Coller, 2002). Pfeffer (1981) ya había sugerido que ambas variables (cultura y rendimiento) no están relacionadas, ya que los resultados de las organizaciones por una parte dependen de los recursos disponibles, las oportunidades que el entorno presente y de su correcta utilización, no necesariamente de la cultura, para Pfeffer, la cultura de una organización es algo que sus miembros aprenden, son creencias compartidas pero cada individuo las procesa, incorpora y accede de manera diferente.

2.2.1. Cultura organizacional

Algunos autores teóricos afirman que las organizaciones deben entenderse como culturas. Dejan atrás la posición de que una cultura es algo que una organización tiene y toman la visión de que una cultura es algo que una organización es (Smircich, 1983 p.17); desde esta perspectiva, la cultura se concibe como un elemento abierto al cambio o a la variación. Schein (1988), definió la cultura organizacional como las presunciones básicas y creencias que comparten los miembros de una empresa, y lo atribuyó a los valores conscientes, que explica (1988) son estándares generales que influyen en la manera de actuar, o de tomar decisiones, a consecuencia de lo que se considera deseable o, lo que es importante para la empresa; en años posteriores amplía su definición, (1990) y define la cultura de la organización como:

“Un conjunto de asunciones básicas, inventadas, descubiertas, o desarrolladas por un grupo determinado en el proceso de aprendizaje que se desarrolla al enfrentarse con problemas de adaptación externa e integración interna de la organización, que han funcionado lo suficientemente bien como para considerarlas válidas y, por tanto, se enseñarán a los miembros nuevos como la manera correcta de percibir, pensar, y sentir en relación con estos problemas (de integración y adaptación)”. Schein

Así, (Schein, 1988) sostiene que en las organizaciones estos patrones, costumbres o modos de hacer concretos que han sido correctamente interpretados y asimilados por los miembros de la organización, son reglas de comportamiento o supuestos de conducta en un grupo. Schein considera que las normas sociales, las creencias y los valores que se ponen en práctica, se concretan en la vida social; agregaríamos que hasta el momento solo se ha hablado de valores conscientes, de los cuales Andrews, Basller y Coller (2002) advierten sobre el peligro de las culturas sólidas e integradas, ya que los valores conscientes pueden cegar a los individuos en su percepción de la realidad para tomar decisiones sobre aspectos relevantes para la organización, con resultados catastróficos en las empresas, de los cuales existen varios ejemplos como Kodak, Blockbuster, Blueberry

entre otros; agregaríamos que los valores inconscientes también intervienen. Andrews, Basller y Coller (2002, p. 36), sostienen que una cultura débilmente implantada o asumida o incorporada que no brinda las bases para obtener respuestas claras y compartidas a los desafíos del entorno, es decir, una cultura débil, aumenta la probabilidad de que los miembros de la organización, independientemente de esta, recurran a sus propias experiencias y atribución de significados, para elaborar estas respuestas, por lo tanto, las culturas débiles serán más flexibles porque los miembros adquieren y agregan elementos culturales de otros sitios, lo que afectará a la identidad y de alguna a forma a la red.

Andrews, Basller y Coller (2002) apuntan sobre las investigaciones de Kotter y Heskett quienes proponen que el análisis de la cultura en las organizaciones debería averiguar si la cultura de una organización sirve para homogeneizar y motivar a los miembros, y si es funcional para generar respuestas adecuadas a las presiones y demandas del entorno. Van Maanen y Barley (1984) citados por Andrews, Basller y Coller (2002, p. 34) defienden que se incrementa la probabilidad de que los miembros de un grupo ocupacional dentro de una organización desarrollen valores y creencias compartidas, a diferencia de los miembros de la misma organización con funciones diferentes en la estructura y que están dispersos espacialmente. El fenómeno puede tener lugar incluso entre grupos de una misma planta o sucursal; por lo tanto, también es necesario tomar en cuenta la cultura local emergente, como la denominan Andrews, Basller y Coller (p. 35) ya que sin importar si la cultura es débil o fuerte, la cultura local puede ignorar e incluso transgredir las metas que la organización intenta alcanzar, para conocer más sobre los conflictos entre cultura local y objetivos de las organizaciones direccionan hacia los trabajos de la escuela institucionalista, en especial los trabajos de Gouldner (1954) y Selznick (1949).

Marcos (2004) considera que la cultura es dual, es decir, es a la vez universal y particular, múltiple y diversa en la experiencia humana, Para este autor, la tradición, equivale al concepto de cultura como la conciben los antropólogos al considerarla como una construcción social que, tanto en los grupos humanos como en las formas de vida materiales, sociales e ideacionales de los pueblos y las sociedades, ocurren cambios generacionales en el tiempo, y cambios espaciales, de un lugar a otro. También propone que, si la tradición es herencia colectiva, estará compuesta del legado del pasado y de la renovación en el presente lo que nos remite a la identidad de los grupos sociales y a las categorías culturales (2004); para Marcos, cada grupo específico mantiene una experiencia histórica colectiva, por lo que poseen una cultura o tradición propia y explica que la identidad se construye social y culturalmente a partir de la tradición diferenciada, donde los bienes culturales también forman parte de la identidad al ser la forma en que se expresa la cultura de un grupo humano, por lo que el patrimonio, es decir, los bienes culturales a los que los individuos y la sociedad en su conjunto otorgan una especial importancia y seleccionan de su tradición, se expresa en la identidad.

Los bienes culturales, como signos y símbolos podemos entenderlos desde la semiótica, donde a partir de la apreciación de Eco (1994) en las etapas y evolución de la comunicación humana, del desarrollo del lenguaje hablado a la escritura, con el cambio de lo oral a lo visual, los signos visuales a través de las figuras y los pictogramas y de las señales abstractas, se han vuelto el paradigma de nuestra época y representan esta transición, donde un símbolo será una representación gráfica que puede ser parte de un signo, el cual se da por la relación semiótica de lo designado, el designante y la representación; donde los signos y símbolos son entidades semióticas con propiedades diferenciadas. Es precisamente con el concepto de diferencia que Immanuel Wallerstein (1992: 31 ss. citado en Giménez 2000) atribuye a la cultura, la función de diferenciar a

un grupo de otros grupos, así, la concepción que se tiene de la cultura repercutirá en la concepción correspondiente de la identidad, por lo que esta diferenciación representará al conjunto de rasgos compartidos y los no compartidos o parcialmente compartidos dentro de un grupo y fuera del mismo.

2.3. Identidades

Marcos (2004) considera que la imagen de la identidad se conforma desde el cómo nos vemos a nosotros mismos y cómo somos percibidos; para este autor, la identidad refiere un sistema cultural (tradicción y patrimonio) de referencia y apunta a un sentimiento de pertenencia, sobre este sentimiento Benoist en 1974 opinó que la multiplicidad de interacciones fuertes e interacciones débiles entre el cómo me percibo y como soy percibido, “mantienen el campo en permanente agitación” y provocan ese “estremecimiento de la superficie social”, (Benoist, 1974 en Levi-Strauss “La Identidad” p. 14) lo anterior permite establecer según Levi-Strauss (1974) que existen factores de identidad que son al mismo tiempo medios de escapar a la búsqueda de identidad separada o propia que tendemos a buscar o a escapar de la pertenencia a determinado grupo u organización buscando siempre a los límites del conjunto.

Marcos (2004) afirma que la identidad se fundamenta tanto en una construcción real como en una construcción ideológica, y cita a Juan José Pujadas (1993), quien considera que, la identidad está formada por tres procesos, siendo al conjunto de representaciones, valores, creencias y símbolos los denomina procesos ideológicos, el segundo factor son los procesos políticos con los que vamos estableciendo límites entre nosotros y ellos; y por último se unen los procesos culturales tanto históricos y tradicionales que representan el vínculo genealógico y la herencia cultural.

Marcos (2004) también afirma que los miembros de las organizaciones se encuentran rodeados de significados, imágenes y símbolos que conforman nuestro entorno cultural,

por lo que nuestra relación con las organizaciones no se limita solo a trabajar para recibir un salario, beneficios y prestaciones. A nivel simbólico, en las organizaciones, la cultura compartida brinda de significado a las tareas y funciones que sus miembros realizan y a las metas que se persiguen, dotándolos de identidad; la identidad tiene que ver con nuestra historia de vida, influenciada por el concepto de mundo que manejamos y por el concepto de mundo que predomina en la época y el lugar en que vivimos, pero también será influenciada por las organizaciones a las que pertenecemos.

Hablar de identidad nos resulta difícil en vista de que muchos factores intervienen y van conformándola, moldeándola durante el curso de nuestras vidas y las experiencias que tenemos y las interacciones que formamos. Por lo tanto, existe en este concepto una relación integral entre individuo-grupo-sociedad, y cuando hablamos de organizaciones, las relaciones que formamos con ellas también se integran. siguiendo a las investigaciones de Cano y Bauza, cada sujeto social, individual y colectivo, posee una identidad como conciencia de sí mismo, formada y construida en su interacción con los otros, en un sistema de relaciones sociales, transformando y transformándose por lo que se encuentra en un estado de constante cambio y contradicción (Cano y Bauza, 2010) o lo que en este trabajo denominamos reconfiguración.

Estas reconfiguraciones crean en los individuos una constante búsqueda de identidad, Levi-Strauss (1981) considera que la pérdida y su crisis constituyen un centro de preocupación en la investigación actual, por lo tanto, Levi-Strauss apunta que el individuo, el grupo, las sociedades sean tradicionales o industriales aspiran a coincidir a reencontrarse con su propio ser, de tal suerte que, el tema de la identidad afecta a todas las sociedades y a casi todas las disciplinas (Levi-Strauss, 1981).

Eric Hobsbawn (1993), hablando de la Identidad, presentó una postura complementaria a los estudios tradicionales, al afirmar que las identidades colectivas no se basan en lo que sus miembros tienen en común; tampoco son únicas ni permanentes, sino que se pueden intercambiar y combinar de modos diversos, por lo tanto tampoco son fijas, como tampoco lo son sus modos de expresión; García (2006) afirma que, por tales motivos, nadie posee una única identidad y éstas dependen, en su generación y consolidación, del contexto en que los sujetos se desenvuelven (García Martínez, 2006) por lo que la noción de 'otro' sólo puede ser expresada en una dicotomía, es decir, en una relación de aceptación o de rechazo, por lo que se puede deducir que, sin dicha relación basada en la diferenciación, no habría posibilidad de identificar ninguna identidad.

Para García (2006), tomar conciencia de sí mismo es, tomar conciencia de la existencia de que otras conciencias de sí mismo existen también; en otras palabras, tomar conciencia de mi persona es estar consciente de que algo de mí se asemeja al otro, pero ese otro permanece ajeno y exterior a uno, que es el extraño (García, 2006); lo que nos lleva a afirmar que no sea posible separar identidad y comunicación: la identidad se forma y transmite en virtud de los procesos comunicativos (Cano y Bauza, 2010) confirmando lo que Mucchielli propuso sobre el conjunto de criterios que definen una identidad, funcionan como un sistema, y es precisamente el conjunto de los elementos los que intervienen para precisar el sentido de cada uno de ellos (Mucchielli, 1986: 10).

Podemos resumir a partir de las apreciaciones de Cano y Bauza (2010), que la identidad tiene múltiples manifestaciones y que es posible apreciarla en los diferentes roles que adopta, en las tecnologías utilizadas, en los sistemas de información y control en las organizaciones y la sociedad misma, también en las formas en que son tomadas las decisiones, en los procesos de socialización en las que intervienen los individuos, los

modos de interacción entre sus miembros, en sus recursos y en su discurso (Cano y Bauza, 2010).

Tomando del trabajo de García Martínez (2006) veamos como éste autor define diferentes identidades:

a) La identidad individual, configurada a partir de las interacciones cotidianas a las que se expone un individuo y como resultado de éstas, se produce la internalización de los sistemas de actitudes y comportamientos específicos a ese contexto social. García explica que la identidad tiene una significación de orden psicológico, en referencia a la percepción que cada individuo tiene de sí mismo, en cuanto a la relación y diferenciación con otros individuos con los que interactúa.

b) La identidad grupal se definiría como el reconocimiento recíproco entre el individuo y los grupos sociales a los que puede pertenecer, de manera subjetiva donde la percepción de sí mismo y su propia existencia entran en relación con la percepción del reconocimiento por los demás al percibir su propia identificación y continuidad en el espacio y tiempo.

c) La identidad social o cultural permiten una definición del individuo por medio del conjunto de criterios existentes que hacen posible situarlo en su sociedad. García afirma que se trata de una identidad atribuida y representa la suma de todas las opciones que tiene el individuo para ser aceptado o rechazado en relación con todos los grupos que constituyen una sociedad. Esta identidad engloba el patrimonio cultural donde se integran las normas de conducta, los valores, las costumbres y la lengua que unen o diversifican a los grupos humanos.

Agregaremos una cuarta identidad, armada de diferentes ideas del trabajo de Cano y Bauza (2010), y que es de especial interés por ser uno de los ejes temáticos de nuestra investigación:

d) La Identidad organizacional, que a grandes rasgos podríamos entenderla como la personalidad de la entidad. Cano y Bauza exponen que dicha personalidad responde a la integración de la historia, ética y filosofía de trabajo que se ha generado en la organización a través del tiempo y el espacio, pero también de forma integral la conforman los comportamientos cotidianos y las normas establecidas por la dirección, agregaremos que también es resultado de las interacciones de sus miembros y que son llevados tanto interna como externamente. La identidad organizacional para estos autores sería el conjunto de características, valores y creencias con las que la organización se auto identifica y se auto diferencia de las otras organizaciones (Cano y Bauza, 2010).

2.4. Identidad organizacional y redes

Los estudios sobre la identidad organizacional en la actualidad según las apreciaciones obtenidas en las investigaciones de Whetten y Godfrey, (1998); Hatch y Schultz, (2004) citados por Andrews, Basler y Coller (2002) es uno de los más populares temas en la literatura organizativa, para estos tres autores (2002), en la sociología de las organizaciones, es común referir que las identidades presentan dos componentes: el personal y el organizativo; para ello citan a Ashforth y Mael (1989). También Andrews, Basler y Coller afirman que el componente organizativo de la identidad suele ser más uniforme entre los miembros de la organización y puede llegar a dominar la identidad personal. De los trabajos de Baron y Pfeffer (1994) sobre éste tema, retomamos la idea de que las identidades organizativas moldean la forma en que las personas procesan la información afectando a su satisfacción, tanto como a la efectividad de la entidad.

En la medida en que la identidad organizacional es el resultado de interacciones sociales, la participación de las organizaciones y los individuos en las redes generaran situaciones en las que se desarrollaran las interacciones entre los individuos, los miembros de la organización y entre organizaciones siendo producto de procesos de influencia social; éstas interacciones no ocurren al azar ya que hay dos factores que limitan la construcción de vínculos en las organizaciones según Andrews, Basler y Coller, quienes establecen que el primer factor es la estructura formal, lo que permite que la creación de ciertos vínculos se formen en relación a la jerarquía sobreponiéndose a las relaciones de poder de los vínculos existentes. El segundo factor que proponen es la existencia de la posibilidad de interactuar con aquellas personas que estén disponibles para iniciar una relación, de aquí que la oportunidad que se tiene de interactuar con otros miembros, posibilitan la dinámica de las redes sociales brindando como consecuencia un efecto homogeneizador en la formación de la identidad (Andrews, Basler y Coller, 2002 p. 42).

Esta concepción de la identidad organizativa nos permite considerar que dentro de una misma organización pueden coexistir identidades diferentes, las cuales no necesariamente se percibirán en conflicto o competencia, pero tampoco necesariamente se complementan entre ellas (p. 41); para reforzar lo anterior, los tres autores citan a DiMaggio (1992), ya que éste autor propone que las identidades organizativas son referentes culturales contruidos vía socialización e interacciones, y le otorga a las redes sociales un rol central en el proceso de construcción, pues considera que, las redes sociales limitan, pero al mismo tiempo, promueven las interacciones, las cuales suelen configurar la identidad organizativa. Al respecto Pratt y Foreman (2000) consideran que la relación entre los individuos y la organización es recíproca, pues consideran que, así como el comportamiento de las organizaciones puede influir en el comportamiento de las

identidades individuales, el comportamiento individual puede influir en la identidad de la organización. Esto se puede reafirmar con los resultados obtenidos por diferentes autores en el sentido de que afirman que tanto la teoría y la investigación sugieren que la identidad de los miembros de la organización y la identidad de la misma, están estrechamente relacionadas (Ashforth y Mael, 1989, Brown, 1997; Dutton et al., 1994; Elsbach y Glynn, 1996; Elsbach y Kramer, 1996, citados por Scott y Lane, 2000:43)

García (2006) argumenta que toda organización aspira a una identidad, ya que la falta de una identidad precisa impide tanto a sus miembros, como a los clientes y al público en general, percibirla con claridad y aceptar las disposiciones que ella profiere. En tanto, Pratt y Foreman (2000) en su trabajo describen las aportaciones que brinda el reconocimiento de las identidades múltiples, tanto a nivel individual, organizacional como social; estos autores se enfocan en el estudio del papel del gerente en la gestión de las múltiples conceptualizaciones sobre "quiénes somos", como una organización. Whetten (2006) tiene la opinión de que los referentes de la identidad organizacional, pueden ser concebidos como recordatorios institucionalizados de aspectos sumamente importantes en la organización, sin embargo, advierte que no todos los recordatorios institucionalizados califican como referentes de identidad, pero si les atribuye a todos los referentes de identidad características institucionalizadas de la organización.

Andrews, Basler y Coller (2002) consideran que no es extraño observar la creación de identidades similares en un conjunto de actores que participan en una o varias redes interconectadas y para ello se apoyan en los estudios de Dutton, Dukerich y Harquail (1994), para afirmar que la centralidad puede reforzar también una identidad organizativa determinada. Entonces si la identidad organizacional es construida por cada individuo, ésta dependerá en parte de su posición en la estructura formal e informal de la organización continuando con las apreciaciones de Andrews, Basler y Coller (2002),

quienes suponen que los individuos expuestos a influencia social por proximidad o por equivalencia deberían tener identidades similares, por lo que, en sus palabras, la proximidad debería dar lugar a identidades parecidas entre personas que pertenecen a grupos cohesionados. (Andrews, Basler y Coller, 2002 pp. 42 y 43), estos autores amplían su propuesta al suponer que la equivalencia pueda conectar identidades entre grupos y asumen que cuanto mayor sea el rango de la centralidad informal y/o de la estructura jerárquica formal, más amplio será el abanico de identidades formadas (43).

Retomando a Giménez (2003), la identidad de un individuo contendrá elementos de lo “socialmente compartido”, resultante de la pertenencia a grupos y otros colectivos, y también estará conformado de los elementos que lo hacen “individualmente único”, por lo tanto, los elementos colectivos destacaran las semejanzas, mientras que los elementos individuales enfatizaran las diferencias, pero ambos se integran para constituir la identidad única, aunque multidimensional, del sujeto individual (Giménez, 2003 p. 10). Antes de finalizar este apartado cabe mencionar que existen dos tradiciones en el estudio de las redes informales en las organizaciones en opinión de Andrews, Basler y Coller (2002) quienes afirman que una de estas tradiciones se interesan en entender la manera en que las redes influyen sobre la efectividad de la organización y se vinculan con los estudios de Elton Mayo y de la escuela de relaciones humanas, por lo que la estructura informal será interpretada como una dicotomía, en la que por un lado es considerada como multiplicadora de la productividad del trabajador/a al contribuir a crear un ambiente favorable; y por la otra parte es considerada como impedimento para el desarrollo de la organización al contribuir a la contradicción o resistencia de las órdenes e instrucciones de la dirección.

La segunda tradición se centra en analizar cómo las redes sociales informales son utilizadas ante la rigidez de la estructura formal. Esta tradición entronca con los estudios

de Gouldner (1954) y Burawoy (1986), y demás autores que perciben la estructura informal como un elemento que de forma inesperada facilita el alcance de las metas y objetivos de la organización, al promover relaciones más flexibles y suavizar las interacciones entre los miembros de distintos niveles jerárquicos lo que genera confianza entre los miembros más alejados en la jerarquía de la organización (Andrews, Basler y Coller, 2002 p. 38)

2.5. Apuntes sobre el sector de la construcción en México

En algunas regiones del país como las grandes zonas metropolitanas y turísticas, la construcción es una pieza central de la economía, por lo cual las acciones que realiza a nivel regional es relevante. Seleccionamos la Ciudad de México (CDMX) como el territorio a acotar para hablar del contexto de este sector. Consideramos de primera instancia nos refiere a una mayor riqueza cultural y social, por la acumulación de la fuerza obrera del sector de la construcción en la zona metropolitana y también por la importante cantidad de obras de construcción de diversos tipos que se desarrollan. Estas obras de construcción reúnen de diferentes regiones del país a muchos campesinos que abandonan el campo, buscando mejores oportunidades en la capital del país y que a veces encuentran oportunidades laborales en la albañilería, formando un núcleo operativo amplio y diverso.

Consideramos este apartado introductorio al estudio de campo porque en él, se expone de manera breve las bases para entender cómo funciona la industria de la construcción, en especial el subsector de la edificación de vivienda y en específico las obras de construcción, cómo se estructuran, la diferencia entre proyecto y obra, las formas de organizarse en general, también es de gran importancia comprender que es el desarrollo inmobiliario y para ello se exponen cuatro mecanismos o modelos de crecimiento de las empresas de desarrollo inmobiliario; lo que brinda la oportunidad de analizar con mayor profundidad a las redes y la identidad en Punta Museo, a partir de

establecer como procede la empresa constructora para finalmente en el capítulo cuatro mostrar los resultados de ésta investigación y complementar algunas diferencias encontradas durante el desarrollo de éste trabajo en las otras obras visitadas y finalizar con algunas reflexiones.

2.5.1. La industria de la construcción en México: Contexto

La industria de la construcción como cualquier otra trata de optimizar los recursos, sus tiempos y procesos evitando el desperdicio de materiales e incrementar la interconectividad, pero esto no ha bastado para poder elevar la actividad productiva de las empresas constructoras, ya que durante todo el 2019 presentó una reducción mucho mayor con relación al valor generado en el año anterior.

Según datos publicados el 26 de junio del 2019 por el Centro de Estudios Económicos del Sector de la Construcción (CEESCO) con información del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), la situación de la actividad productiva de las empresas constructoras al 1er cuatrimestre de 2019, presentan que el valor de producción de las empresas constructoras a nivel nacional acumuló 170 mil 083 millones de pesos, este valor representó una reducción de (-) 3.6% en términos reales con relación al valor generado en el mismo período de 2018. A nivel nacional el valor facturado durante el primer cuatrimestre de 2019, fue de 38% correspondiente a obra pública (63 mil 986 millones de pesos) y el restante 62% (106 mil 096 millones de pesos) a obra privada significando una contracción (-) 18.4% con relación a los primeros cuatro meses del año anterior.

Por su parte, en el primer cuatrimestre de 2019 la obra privada registró un aumento de 8.3% con relación al valor contratado en el primer cuatrimestre de 2018, dando lugar a que el 33% del valor total de la obra privada, se realice en obras de edificación de vivienda, seguido por la edificación de edificios industriales, comerciales y de servicios,

la cual contribuyó con el 30.3%, para este periodo. En cuanto al desempeño de la obra privada por giro de actividad y relevancia, CEESCO, en su reporte, muestra que la construcción de edificios industriales y de servicios, crecieron a un ritmo del 7.0% en el primer cuatrimestre de 2019 en comparación al mismo de 2018. La edificación de vivienda también alcanzó una tasa de crecimiento de 3.2%.

El reporte de CEESCO brinda su opinión sobre las políticas económicas implementadas por el Gobierno Federal para reactivar la economía en 2019 y si éstas han sido adecuadas, consideran que en lo que iba del año (junio 2019) la política económica para reactivar la economía había sido poco efectiva a nivel nacional. Viéndose esto reflejado en el comportamiento del PIB, motivo que ha agudizado la recesión en la industria de la construcción la cual lleva registrando dos cuatrimestres consecutivos con cifras negativas. El último cuatrimestre de 2018 la construcción registró una contracción anualizada de (-) 1.7% y en el primer cuatrimestre de 2019, la caída fue de (-) 1.6%; consideran que es fundamental e indispensable que se generen las condiciones de impulso productivo para que la actividad económica del sector de la construcción no se detenga o se vea gravemente afectada por la inactividad económica que hasta ahora se ha registrado y se tenía la esperanza que la combinación de inversión privada y pública pudiera convertirse en el impulsor del crecimiento en el mediano plazo.

A partir de las proyecciones de la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción (CMIC), quienes consideraban que en un escenario optimista y considerando que el gasto en inversión pública llegara a dinamizarse durante el segundo semestre de 2019, entonces el sector de la construcción a nivel nacional podría crecer hasta 1% en 2019, de caso contrario se registraría una contracción; ya que la inversión privada continuaría sujeta a las señales que el gobierno federal enviara al capital nacional y extranjero, además limitados por las tasas de interés y falta de financiamiento. En el reporte de CMIC-

CEESCO (2012) diversos estudios e investigaciones aportan evidencia clara de que la mayor inversión en infraestructura mejoraría las tasas de crecimiento económico, sobre todo a largo plazo, y ayudaría a reducir la pobreza y la desigualdad.

En la tabla 3 mostramos algunas de las clasificaciones en la construcción con datos de INEGI 2018, donde exponen que en México hay 18 637 unidades económicas y 704 640 trabajadores dedicados a la construcción según INEGI en consulta realizada en mayo de 2018, en donde las actividades de las empresas constructoras se dividen en: 1 sector, 3 subsectores, 10 ramas, 24 sub ramas y 45 clases de actividad:

Tabla 3	
<i>Clase de actividad</i>	
Clase de actividad	Unidades económicas
Edificación de inmuebles comerciales y de servicios, excepto la supervisión	3 383
Edificación de vivienda unifamiliar	2 616
Construcción de carreteras, puentes y similares	1 785
Por el número de trabajadores	Número de trabajadores
Micro	1 a 10 trabajadores
Pequeñas	11 a 50 trabajadores
Medianas	51 a 250 trabajadores
Grandes	251 trabajadores o más
Según el tamaño de la unidad económica	Porcentaje
Micro	42%
Pequeña	43%
Mediana	12%
Grande	2%
*La suma de los porcentajes puede no coincidir con el total debido al redondeo.	
Cantidad de Hombres y mujeres laborando en la construcción	Porcentaje
Mujeres	10%
Hombres	90%

Tabla 3. Clases de actividad. Fuente: Datos tomados de la página del INEGI sobre el sector de la industria de la construcción, publicados en agosto del 2018.

Para finalidades de ésta investigación, nuestro interés se centrará en dos de los tres subsectores, el primero es el subsector de edificación, donde sus unidades económicas se

dedican principalmente a la construcción de vivienda unifamiliar o multifamiliar; a la edificación no residencial, como naves y plantas industriales, inmuebles comerciales y de servicios, y a la supervisión de la construcción de las edificaciones. El segundo subsector que nos interesa es el subsector de trabajos especializados para la construcción, donde sus unidades económicas, como su nombre lo indica, se dedican a la realización de trabajos especializados, antes, durante y después de la construcción de la obra, como cimentaciones, montajes de estructuras prefabricadas, trabajos de albañilería, trabajos en exteriores, trabajos de instalaciones y equipamiento en construcciones, trabajos de acabados en edificaciones y otros trabajos especializados para la construcción de cualquier tipo de obra.

Los trabajos se realizan regularmente mediante subcontrato y pueden ser también contratados directamente por el propietario de la obra. Puede tratarse de trabajos nuevos, ampliaciones, remodelaciones, mantenimiento o reparaciones de trabajos especializados para la construcción. En los informes anuales publicados con información de diferentes reportes del CEESCO (2016, 2017, 2018), elaborados con datos de INEGI, nos revelan aspectos importantes del sector de la construcción, y afirman que se genera 5.6 millones de puestos de trabajo y 2.8 puestos de trabajo indirectos. Es la cuarta actividad económica con mayor capacidad de generación de empleo. Es la sexta actividad económica que mayor valor agregado genera a la producción nacional e impacta económicamente a 63 de las 79 ramas productivas, por su efecto multiplicador, de cada 100 pesos que se destinan a la construcción, 43 se emplean para la compra de servicios y materiales de su cadena productiva. Anualmente la contribución de la industria de la construcción y su cadena productiva al PIB nacional es del 11.6% y aporta el 16.0% al empleo total.

2.5.2. Desarrollo inmobiliario

Consideramos importante establecer que es el desarrollo inmobiliario, ya que muchas empresas del sector de la construcción se auto nombran desarrolladoras inmobiliarias, por lo que la explicación del arquitecto García Escobar (2016) consideramos nos apoya al entendimiento. García, explica que el desarrollo inmobiliario es la actividad de gestión y coordinación de distintos agentes y actividades involucradas para la creación de un bien inmueble. Considera que el término <<desarrollador>> se agregó por la traducción del término del inglés <<Property Development>> o <<Real Estate Development>> por lo tanto no se debería utilizar, ya que el término correcto debería ser el de promotor inmobiliario, pero considera al idioma español como un ente vivo y cambiante, por lo que afirma que ambos términos son bien aceptados en el mercado de los bienes raíces, ya que dicha actividad es altamente riesgosa y por lo tanto se espera que este riesgo sea compensado, por lo que existen individuos y empresas que no necesariamente están involucradas directamente en la construcción y que pueden ser promotores inmobiliarios a pesar de no tener la pericia en el tema. Y que lo más común, es que los desarrolladores busquen satisfacer la necesidad para su propio uso o comercialización o para el uso o goce de alguien más.

2.5.3. Diferencias entre proyecto y obra de construcción

En la actualidad para las disciplinas de la ingeniería civil y la arquitectura, el proyecto es un documento claro, detallado y conciso, con todas las especificaciones para la realización de la obra, organización de medios, personas, materiales y métodos constructivos. Se trata de un conjunto de documentos que servirán como punto de partida para especificar la distribución de usos y espacios, la utilización de materiales y tecnologías y la justificación técnica requeridas por la normativa aplicable, sobre el que

se desarrollaran los trabajos de arquitectos, ingenieros y proyectistas de diferentes especialidades, buscando cumplir con las especificaciones, es decir, el proyecto de obra, define el diseño de una construcción antes de ser realizada y contiene un presupuesto a emplear, objetivos asignados, especificaciones a cumplir y plazos de realización.

2.5.4. Obra de construcción: Etapas y fases

Cuando una empresa constructora obtiene un proyecto de obra de construcción, una serie de procesos se ponen en marcha, creándose un nuevo fenómeno organizativo; desde que se ve el terreno, se pone la primera piedra de la edificación, hasta que ésta se concluye por completo pueden pasar de meses a años, dependiendo de la envergadura y complejidad de la construcción. Desde la perspectiva de la arquitectura y de la ingeniería civil, una obra en construcción conlleva una serie de gestiones y administración, además de incluirse los aspectos técnicos que permiten la realización del proyecto y la obra, hasta cumplirse los objetivos y metas relacionados con la eficacia y eficiencia; la empresa constructora es eficaz cuando logra la obtención de sus metas. Si hace un uso racional de los recursos será eficiente. Estas dos condiciones pueden lograrse independientemente una de la otra. Sólo en el caso de obtenerse las dos se logra la efectividad (Arcudia, Pech, Álvarez, 2005).

Por tal motivo, desde esta perspectiva analizaremos la obra de construcción para entender sus procesos y mostrar el panorama general en el que se desarrollan las redes organizacionales y como pueden llegar a reconfigurar la identidad de la organización y de los individuos que en ella laboran, también de forma empírica se busca con este apartado, alejarse de los términos técnicos o el argot propio de la obra, para presentar con lenguaje un tanto sencillo datos importantes para de esta manera, comprender de mejor forma a la obra de construcción.

Ardila (2016), propone que se puede dividir la obra en tres grandes etapas, donde éstas etapas determinan la producción que se pueda obtener en cada una, y el trabajo que se debe de realizar, siendo que una afecta a la otra, y viceversa. La inercia de la obra será la que determine su producción, siendo la primera etapa, la de planeación, seguida por la etapa de inicio de obra y desarrollo para finalmente, el de fin de la obra o entrega final como última etapa. Esta autora, expone que el desarrollo de cualquier proyecto de obras tiene una común evolución temporal, por lo tanto, en la obra también existen varias fases en el proceso de construcción de una edificación, las cuáles podemos observar en la siguiente tabla 4:

Tabla 4	
<i>Fases del proyecto y fases de la obra</i>	
FASES DEL PROYECTO	FASES DE LA OBRA
1. Idea del proyecto.	I. Fase previa -reconocimiento del terreno
2. Estudio previo o de viabilidad.	a. Trámites, planos, proyección
3. Anteproyecto.	b. Movimiento de tierras, excavación
4. Proyecto informativo o Proyecto básico	c. Cimientos
5. Proyecto de construcción o ejecución	II. Fase apertura de una obra de construcción
6. Licitación, dirección y ejecución	a. Pilotes
7. Explotación de la infraestructura	b. Tomas de tierra
	c. Muros de sótano
	d. Saneamiento Hidráulico
	III. Fase albañilería
	a. Estructura
	b. Forjados
	c. Fabricas
	d. Divisiones
	e. Impermeabilización, aislamiento
	f. Ventilaciones y bajantes
	g. Fontanería
	h. Calefacción
	i. Electricidad
	j. Acabados
	IV. Fase finalización o entrega.

Tabla 4. Fases del proyecto y fases de la obra. Fuente Ardila (2006)

En una obra de construcción, existen muchas variables a considerarse y no todas se presentan en el mismo lugar y al mismo tiempo, algunas veces éstas se sobreponen, otras veces, solo cruzan el espacio físico, otras tantas se empalman, haciendo que una obra de construcción se encuentre en una constante transformación. La red organizacional de una constructora o promotora inmobiliaria, en particular para un nuevo proyecto de obra, el nodo en específico, llamémosle “obra-cliente”, se encuentra en estado latente, y una vez que el cliente hace contacto con la organización, ese nodo externo comienza a conectarse con otros nodos, primero de manera interna para volver al exterior al conectarse con los nodos de los diferentes proveedores, quienes, a su vez, conectarán con otros proveedores y empleados, reconfigurándose de diversas maneras, aún concluida la obra, algunos nodos volverán a ponerse en estado latente, mientras otros continuarán llegando a suceder que algunos no serán retomados. En los anexos se incluyen fotografías de distintas fases desarrolladas en la obra Punta Museo.

2.5.5. Organización y estructura en la obra

La forma más común que se presenta en una obra de construcción en su estructura lo constituye la jerarquía descendente, la cual se caracteriza por seguir la línea jerárquica establecida y donde la comunicación entre los miembros de la organización deberá ser clara y precisa por lo que la transmisión de órdenes, obligaciones y responsabilidades se establece por el principio de autoridad lineal, por lo que la estructura jerarquizada al estar sujetos a reglas y normas de comportamiento, brindan a la organización lineal contar con una estructura simple, sencilla, de fácil implementación y de gran estabilidad, por lo que esta modalidad de organización es muy utilizado en obras pequeñas y medianas, no demasiado especializadas, con tareas estandarizadas y rutinarias, y con plazos de ejecución estimados como usuales. Cada empresa constructora tiene su particular forma de organizar a sus obras en diferentes niveles funcionales, los cuales pueden ser

establecidos en un organigrama, esto debido a que, para alcanzar los objetivos de forma coordinada, deberá agrupar las diferentes actividades en departamentos o secciones con una asignación clara de funciones y responsabilidades, adaptando su funcionamiento a las particularidades de cada caso. Por tanto, se podría decir que hay tantos tipos de organización como de obras, las cuáles en conjunto conforman e interactúan en la red organizacional del sector de la construcción posibilitando que las identidades organizacionales mantengan cierta coherencia y también que se genere una nueva identidad en la nueva obra de construcción.

Ardila (2016) de forma empírica ha encontrado que en las obras de determinada complejidad se constituye una organización jerárquica-consultiva, y es que en estas obras ya sea por su dimensión, complejidad o los largos plazos de ejecución, serán requeridos asesores, consejeros o departamentos especializados, por lo que el mando estará un tanto supeditado a quien ejerce el conocimiento, facilitando la descentralización de las decisiones y la comunicación directa sin intermediarios, no teniendo ningún superior una autoridad total sobre los subordinados, por lo que en este tipo de organizaciones el principio de autoridad única se mantiene y son los órganos consultivos o de apoyo los que aconsejan a los jefes de línea respecto de algunos aspectos de sus actividades. La jerarquía (lineal) asegura el mando y la disciplina, mientras que los especialistas proveen los servicios de consultoría y asesoría.

En ambos casos, obras pequeñas o complejas, la unidad de trabajo por lo regular será contratada de forma terciarizada y se presenta por cuadrillas, donde a la cabeza se da el puesto de oficial encargado, se desciende al primer oficial, luego al medio oficial y, por último, al aprendiz. Las cuadrillas realizan sus labores, siguiendo el plan de trabajo marcado por el encargado de obra (personal normalmente de planta de la empresa) quien

realiza actividades de gestión, supervisión y de representante de la organización que contrata a las demás empresas.

2.5.6. Modelos de Negocio

El desarrollo inmobiliario es una actividad que integra múltiples especialidades donde deben convergir tres aspectos importantes e integrarse en los proyectos de construcción; por una parte, se encuentra lo artístico, el segundo punto interviene el aspecto del negocio y la tercera parte representa las posibilidades físicas. Muñoz (2016), opina que cuando se logra la sinergia entre esos tres elementos, se obtiene un modelo de crecimiento, pero aclara que en el mundo del desarrollo inmobiliario se encuentran tan inmersos en la dinámica de evaluación de proyectos que se tiene poco interés a estudiar los modelos de negocio de las empresas que generan esos esfuerzos, como Muñoz, pero por diferentes motivos consideramos de especial interés en esta investigación mostrar un breve análisis sobre cuatro mecanismos o modelos de crecimiento de empresas de desarrollo inmobiliario, los cuales a nuestra consideración deben ser tomados en cuenta antes de realizar cualquier investigación en el sector de la construcción, por lo que hubiéramos deseado conocer desde los inicios de este trabajo y no al final, como forma de entender las discrepancias halladas entre cuatro obras previas y la de nuestro estudio de caso, como se explicará en algún momento del capítulo cuatro, por lo que, lo que consideramos como una especie de salvavidas para este proyecto y deseamos sea punto de partida, por lo que presentamos un resumen:

1. *Boutique* (Pocos proyectos de menor escala). El dinamismo de la organización le permite buscar proyectos de diversa índole en geografías clave de alto potencial, basados en el desarrollo de relaciones humanas profundas y por medio de la proyección de confianza a nivel mercado, con las autoridades y proveedores buscan

involucrarse creativamente de tal forma que es tratado como una artesanía cada proyecto nuevo.

2. *Goliat* (Pocos proyectos de gran escala). Buscan proyectos icónicos o emblemáticos que permiten crear toda una organización alrededor del mismo, al ser oportunidades únicas en contextos locales. Gracias a una dinámica particular usualmente bajo el mando de un líder de experiencia corporativa, lo que les permite la posibilidad de convocar talento externo tanto en ingeniería y arquitectura como en múltiples especialidades de calidad mundial.
3. *Fábrica de ciudades* (Muchos proyectos menor escala). El reto de este tipo de organizaciones es la creación de una organización ordenada, eficiente y capaz alrededor de varios nichos relevantes de mercado, donde se haya identificado y creado un producto ganador para de esta forma, lograr replicar modelos validados en diferentes geografías y que hayan sido probados en diferentes mercados, por lo que la experiencia que van acumulando permite la predicción de crecimiento y la creación de reservas.
4. *Cazadores de titanes* (Muchos proyectos de gran escala). La aspiración de este tipo de organizaciones es obtener la mayor cantidad de proyectos sin importar la magnitud de ellos, por tal motivo sea uno de los modelos de mayor complejidad ya que constantemente se encuentra retando las posibilidades de sus propios mercados al establecer equipos directivos vanguardistas y apoyarse de grandes soportes financieros y del financiamiento público para crear proyectos de mediano y largo plazo con la meta de atraer clientes internacionales.

2.5.7. Tercerización

En apreciación del presidente de la Asociación Mexicana de Empresas de Capital Humano (AMECH) Edmundo Escobar y Gorostieta (2017) dentro de las diversas formas de contratación laboral en México son varios los términos que hacen referencia a las relaciones laborales entre el trabajador, quien es el que elabora los bienes o realiza los servicios, por otra parte se encuentra el beneficiario final y por último, el titular de la relación jurídico-laboral; siendo el outsourcing, la intermediación y la subcontratación los términos más utilizados.

Es hasta el 2012 que el concepto de subcontratación laboral en México es reconocido tras la modificación a la Ley Federal del Trabajo, Escobar considera que son las autoridades tributarias quienes han tenido mayor avance en la regulación en la subcontratación laboral, siendo los más notorios los cambios a las leyes del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) e Infonavit, del *Impuesto sobre la Renta* y la *Ley del IVA o Impuesto al Valor Agregado*, con el propósito de establecer una fiscalización a los prestadores de servicios o Contratistas, donde se busca tener un marco legal cada vez más sólido para el trabajo formal conocido comúnmente como outsourcing, que en opinión del presidente de la (AMECH) este término suele abarcar muchos conceptos, sin embargo, para este autor, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) desde 1998 define el outsourcing como relaciones jurídico laborales y comerciales de forma triangular y no como una forma de contratación, pues no se da una relación tradicional entre el empleado y el patrón.

El término reconocido por la (OIT) es el de tercerización que promueve la certeza jurídica a los contratantes, así como a los trabajadores; de esta manera, la tercerización es entendida como un proceso económico empresarial que transfiere recursos y responsabilidades referentes al cumplimiento de ciertas tareas a una sociedad externa, que

busca reducir los índices de trabajo informal brindando a los trabajadores flexibilidad laboral, al poder ofrecer sus servicios a distintas empresas con la garantía de acceder a un empleo digno y formal que cumpla con la ley.

En la tercerización, las empresas subcontratistas son aquellas que brindan servicios a otras compañías para el desempeño o desarrollo de ciertas actividades del proceso productivo, ya sea dentro o fuera de la empresa contratante por lo que la subcontratación en el sector de la construcción se ha vuelto imprescindible no solo para las grandes compañías constructoras nacionales o extranjeras, también para las desarrolladoras inmobiliarias y para las empresas que prestan servicios a las constructoras, quienes además de convertirse en empresas subcontratadas, a su vez, cada vez es más común que recurran a la subcontratación de empresas pequeñas, para lograr que los proyectos de construcción sean finalizados con los objetivos cumplidos en tiempo y forma.

En opinión de Neffa (2010), la tercerización es un resultado de la globalización pues con los cambios del régimen de acumulación y la cada vez mayor integración económica mundial a consecuencia de la acelerada introducción de innovaciones organizacionales y tecnológicas, en particular las concernientes a las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC), lo que ha permitido la liberalización del comercio internacional con el resultante aumento en el volumen y la variedad de bienes y servicios, por lo que para enfrentar el inmenso crecimiento de la fuerza de trabajo mundial se ha requerido el desarrollo de nuevas formas de organización del trabajo y modalidades más flexibles de gestión de la mano de obra siendo una de estas, la tercerización.

Consideramos que, para la comprensión de la tercerización, es necesario presentar una perspectiva diferente a la del presidente de la (AMECH), quien se muestra a favor de esta; por lo que presentamos la perspectiva que adopta Neffa (2010) citándolo textualmente, en la cual expresa que:

“La tercerización consiste en el encargo o la entrega de una determinada actividad periférica, eventual o secundaria, de una empresa principal para ser realizada de manera autónoma, por una empresa subcontratada bajo su propia responsabilidad, especializada, cuya producción de bienes o de servicios no constituye el corazón de la empresa principal en cuanto a la generación del valor agregado y que no puede ser reconocida de hecho como proveedora de mano de obra... (p. 50)... con la tercerización se busca aumentar los márgenes de libertad en cuanto a la gestión de la producción y de la mano de obra, desarrollar la competitividad, poder aumentar la productividad y reducir los costos, disminuir la densidad de capital fijo invertido y externalizar los riesgos empresariales para incrementar las tasas de ganancia (p. 53).” (Neffa, 2010 pp. 50 y 53).

En el sector de la construcción y por lo que expone Neffa (2010) en la mayoría de las organizaciones que utilizan la tercerización, los trabajadores de las empresas tercerizadas a diferencia de la empresa principal, se encuentran en condiciones más desfavorables y deficientes. En las obras de construcción los salarios y beneficios sociales se van reduciendo a medida de que los trabajadores se alejan de los puestos de trabajo de la empresa principal, por lo que las tasas de rotación son más elevadas entre los trabajadores (tercerizados) quienes además tienen escasa información y formación en materia de condiciones y medio ambiente de trabajo (Cymat), por tanto, están más expuestos a los riesgos laborales, y cuando llegan a incurrir en uno, no son reportados en las declaraciones de los siniestros.

Según la (OIT) citado por Neffa, “los accidentes de trabajo más graves y las enfermedades profesionales o relacionadas con el trabajo ocurren en las empresas tercerizadas, debido al carácter precario de los mismos y a la elevada rotación” (Neffa, 2010 p. 58). Dentro de las empresas tercerizadas en las obras de construcción, se constata una falta de control, instrucción y conocimiento respecto de las normas de seguridad, higiene y prevención de accidentes, así como de su cumplimiento, factores que con el tiempo se vuelven elementos constructores de identidad organizacional. La precarización resultante de los procesos de tercerización produce una segmentación del colectivo de trabajo, surgiendo una división social y técnica entre empresas, el personal y sus oficios,

por lo que consideramos que la tercerización es un factor de creación y modificación de la identidad organizacional.

CAPITULO III. ENFOQUE METODOLÓGICO

3. Metodología de la investigación

Entendemos como trabajo de investigación cualitativo a lo que Yin (2009) expresara como la lógica que une los datos a ser recabados por el investigador, el análisis de los datos y las conclusiones o reflexiones a las que se llega, al ser interpretados dichos datos basados en preguntas iniciales de un estudio (Yin, 2009 p. 12) en los cuales parte de los conocimientos surgirán de las múltiples perspectivas de los entrevistados en forma preferentemente inductiva, (Mendizábal 2006 p 70) y en donde, el análisis se constituirá como un proceso flexible, adaptable y en continuo progreso, el cual comienza desde los primeros momentos de la búsqueda de la información; lo anterior permitirá que durante la tarea de recolección, sea descartado lo que no se estima necesario o pertinente a lo que es investigado, de esta manera los resultados que se van obteniendo irán redirigiendo y retroalimentando al proceso de investigación, priorizándose las actividades de reflexión sobre los procedimientos técnicos (Ruiz 2007 p.9).

Para lo anterior será necesario elaborar un diseño de investigación claro y comunicarlo en forma escrita, de tal forma que permita al investigador (y al lector) tener una guía durante el proceso de investigación y de esta forma, poder estructurar al estudio de caso con las ideas principales de investigación y acoplarlos con los elementos básicos teórico-metodológicos (Mendizábal, 2006 p 70).

3.1. Marcos de Referencia

Cada investigación establece ciertos caminos de análisis a seguir a lo largo de todo el proceso de indagación, por lo que en esta investigación se utilizó la metodología cualitativa, siendo descriptiva-explicativa en la que se utilizó como método de análisis el estudio de caso, siendo utilizadas algunas herramientas de investigación, en orden de

poder entender el rol de los métodos cualitativos en los estudios organizacionales y familiarizarnos con varias características clave que son diferentes a otras formas de investigación, buscando alcanzar aspectos más integrales de las interpretaciones y significaciones que permitirán dar respuesta al problema de investigación planteado originalmente. (Ruiz 2007 p.9)

Es una investigación cualitativa porque el objetivo es proporcionar una metodología de investigación que permita comprender el complejo mundo de la experiencia vivida desde el punto de vista de las personas que la viven (Taylor y Bogdan, 1984) y (Yin, 2009) por medio de un proceso interactivo entre el investigador y los participantes, que privilegia las palabras de las personas y su comportamiento observable como datos primarios, en opinión de Marshall y Rossman (1999) citados por Vasilachis (2006 p. 26); apoyados entonces en la aproximación al diseño de la investigación, la recolección de información y los instrumentos de investigación, aunados a la escritura como forma de indagación, es decir, lo oral, lo visual y lo escrito brindaran comprensión y proveerán de nuevas perspectivas sobre lo que conocemos dando lugar al reconocimiento de similitudes en otros casos, para finalmente, hacer al caso individual significativo en el contexto de la teoría (Morse, 2002a: 875 citado por Vasilachis (2006 p. 27).

Es una investigación descriptiva porque nuestro propósito es describir situaciones y eventos, se busca garantizar la validez en la medida que los testimonios hubieran sido captados lo más precisos y completos, pues dichos testimonios nos dicen lo que las personas piensan, y al interpretarlos, tratamos de entender lo que significa e implica ese pensamiento (Mendizábal, 2006 p. 92), (Vasilachis 2006) bajo lo que la subjetividad permite al investigador, respetando la perspectiva de los entrevistados sin alterar su testimonio, el sentido de sus acciones y el significado que ellos les atribuyen, por lo tanto,

se busca decir cómo es y se manifiestan determinados fenómenos, al especificar las propiedades importantes de individuos, grupos y organizaciones sometidos a análisis (Taylor y Bogdan, 1984).

Es explicativa porque el objetivo de la investigación más que verificar teorías ya conocidas, es descubrir lo nuevo y desarrollar teorías fundamentadas empíricamente que contengan un conjunto de definiciones y de suposiciones relacionados entre sí de manera organizada sistemática, donde la validez de la investigación se realiza en referencia a aquello que se quiere estudiar y no dependerá exclusivamente del seguimiento de la teoría o explicación, aun cuando la teoría sea la que constituya el conjunto organizado de principios, inferencias, creencias, descubrimientos y afirmaciones, por medio de las cuales interpretaremos una realidad (Taylor y Bogdan, 1984), (Vasilachis 2006).

3.1.1. Acercamiento al estudio de caso

El estudio de caso no son unidades de análisis de una muestra que contiene una mirada específica y diferentes perspectivas de la realidad social, son casos elegidos por su relevancia, que conforman un tema y/o problema de investigación, cuyo propósito principal es la comprensión holística y contextual de muchas variables de interés que presentan el/los caso/s seleccionado/s pudiendo estar constituidos por un hecho, grupo, una relación, una institución, una organización, un proceso social, o una situación o escenario específico, y como resultados confía en las múltiples fuentes de evidencia y no necesitan tomar mucho tiempo, dadas sus características pueden ser basados en cualquier mezcla de evidencia cuantitativa y cualitativa en la que la interacción del investigador con el campo y sus miembros forman parte de la producción de conocimiento sin que las experiencias y perspectivas subjetivas no deberán analizarse de manera aislada extrayéndolas del contexto (Neiman y Quaranta, 2006 p. 218), (Mendizábal, 2006 p. 95) y (Vasilachis, 2006 pp. 27 y 31).

3.2. Herramientas para la recolección de datos

El término metodología designa el modo en que enfocamos los problemas y buscamos las respuestas, es decir, la manera en que decidimos realizar la investigación (Taylor y Bogdan, 1984 p. 15), por lo que en este trabajo se eligió la perspectiva fenomenológica buscando comprender por medio de métodos cualitativos como la colecta de información, la revisión de documentos organizacionales y sitios Web, el investigador y la escritura como instrumento, la observación no participante y observación indirecta, la entrevista semiestructurada y preguntas de sondeo, la conversación o el diálogo como aprendizaje; esto con la finalidad de la comprensión en un nivel personal de los motivos y las creencias que están detrás de las acciones de los individuos al conformar redes, donde por medio de la interacción, la identidad puede ser reconfigurada.

Basándonos en la opinión de Blumer (citado en Taylor y Bogdan, 1984 pp. 24 y 25) que atribuye que los significados son productos sociales que surgen de la interacción; y los actores sociales asignan significados a situaciones, a otras personas, a las cosas y así mismos a través de un proceso de interpretación, desde una perspectiva interaccionista simbólica, todas las organizaciones, culturas y grupos están constituidos por actores envueltos en un proceso constante de interpretación del mundo que los rodea; y dado el enfoque en el contexto, la investigación tenderá a interesarse en los cruces e interacciones de varios elementos al mismo tiempo, evitando concentrarnos en variables aisladas (Taylor y Bogdan, 1984 p. 25), es decir, se examinarán en nuestro estudio, varias características de la identidad, como se estructuran y se relacionan unas con otras, y al mismo tiempo se analizan integradas y luego se determina la relación de las variables identificadas en la identidad con la red organizacional que se da en una obra de construcción, para buscar si hay, una relación de cambio, configuración o reconfiguración. Para lograr lo anterior, la unidad de análisis utilizada fue una obra de

construcción y a los trabajadores que en ella laboran, durante el periodo que va desde agosto del 2017 hasta los primeros días de julio del 2019 y el uso de las herramientas antes mencionadas, de las cuales

Durante el transcurso de la investigación se utilizaron algunas herramientas de las cuales brevemente describiremos en los siguientes apartados, siendo la colecta de información el primer paso lógico para poder comprender al sector de la construcción, en que consiste un proyecto de obra de construcción, su organización y su estructura, para a partir de ahí poder seleccionar los escenarios a desarrollar en el caso de estudio.

3.2.1. Colecta de información y selección de escenarios

Son diversas las fuentes de información que el investigador puede utilizar y diferentes herramientas para obtenerlas, a lo que Taylor y Bogdan (1984) consideran que, a mayor rango de información utilizada en la investigación, posibilitará acercarse al entendimiento de las formas en las que los múltiples participantes organizacionales entienden y narran su mundo, estos autores mencionan que para lograr lo anterior, el investigador deberá ser receptivo, creativo, analítico, intuitivo y determinante (Taylor y Bogdan, 1984 p. 36); también establecen que el escenario ideal para la investigación será al que se tiene fácil acceso, donde se ha podido establecer una buena relación con los informantes en poco tiempo, lo que posibilitará la recolección de datos para lograr los objetivos de la investigación, la cual inició con el acercamiento al estado del arte, por lo que se realizaron varias búsquedas en la web, bibliotecas físicas y digitales, libros, revistas especializadas y tesis tanto físicos como digitales; del análisis de la bibliografía de entre cerca de 920 títulos, se fueron descartando los que se consideraron se alejaban de los temas que nos interesaban, hasta obtener una selección que en su mayor parte se encuentran relacionados en la sección de referencias de este trabajo.

3.2.2. Los informantes

La relación con distintos individuos en el campo, permite ir visualizando a los informantes más representativos de su grupo o cultura, esperando sean los que den mayor aporte a la investigación, y así buscar entrar en contacto directo con alguno de ellos, en encuentros tanto casuales, espontáneos, es decir no planificados, y por otra parte los intencionales o planificados que surgen de la necesidad de establecer el contacto en específico, para que nos brinde información sobre aquello que conocen y de ser posible sirvan como enlace a otros informantes (Ameigeiras, 2006 p.128).

3.2.3. Revisión de documentos organizacionales y sitios Web

Para realizar el estudio, se buscó revisar documentación sobre Punta Museo, la historia de la obra, las empresas participantes, su organigrama, así como las relaciones con otras organizaciones del sector y fuera de este. Nos encontramos con la dificultad de que los espacios utilizados como oficinas, son lugares improvisados temporales por lo que no cuentan con mobiliario suficiente y los documentos con los que se cuentan son planos, proyecciones, diseños técnicos, órdenes de materiales, carpetas de seguridad, manuales y gráficos sobre los avances de la obra; por lo que la web nos permitió desarrollar la búsqueda resolviendo algunas dudas, permitiendo revisar algunos de los alcances y relaciones del sector de la construcción, de las organizaciones involucradas, así como de la obra estudiada.

3.2.4. El investigador como instrumento

Taylor y Bogdan, (1984) consideran que el investigador es literalmente un instrumento de investigación, que, al utilizar sus sentidos, sentimientos y pensamientos, pone especial atención tanto a lo que percibe de los informantes y del ambiente como a sí mismo, por lo que se convierte en parte de la investigación (Taylor y Bogdan, 1984), es decir, auto reflexiva por lo que se debe tomar en cuenta como de forma integral

ambiente, contexto, informantes e investigador impactan subjetivamente a la investigación y el proceso de redacción de la misma (López, 2013), adoptando datos precisos de la problemática, características demográficas, y las experiencias pasadas y el punto de vista del investigador y compartiendo esta información con sus lectores (Tracy y Geist-Martin p. 247).

Taylor y Bogdan (1984) explican que un aspecto importante del investigador consistirá en aprender el modo y la manera en el que los individuos utilizan el lenguaje tanto del contexto como del objeto de análisis, pues como ya se había mencionado con anterioridad durante este trabajo, las palabras y símbolos utilizados por los investigadores, en sus propios contextos pueden tener significados diferentes a los contextos de sus informantes y es recomendable tratar de entender, explorar y sintonizar con los significados de palabras con las cuales no se está familiarizado o son desconocidas o nuevas; es por lo anterior, que la escritura y las charlas, conversaciones o diálogos pueden ser tomados como forma de investigación, permitiéndole al lector y al mismo investigador convertirse en una fuente de información.

Es a través de los sentidos, el método más usado por los investigadores para describir y comprender a la naturaleza y al ser humano desde la antigüedad. Para Taylor y Bogdan (1984) en investigación cualitativa, al paradigma de observación se le denomina observación participante, observación como parte del ser humano para percibir y aprender, observación que pretende describir, explicar, comprender y descubrir patrones; en donde lo observado es un fenómeno o hecho social y cultural (López González, 2013) por lo que será necesaria la interacción dentro del ambiente o contexto y el escenario social de los informantes con el investigador, lo que permitirá la obtención de datos de modo sistemático y no intrusivo, para ello se podrá complementar con otras herramientas, siendo la entrevista una de las técnicas más utilizadas en ciencias sociales y humanidades.

3.2.5. Escritura como forma de investigación

Yin (1994) tiene la opinión de que, en el proceso de análisis de la recolección de información, es el investigador quien le da forma y escribe sus resultados, usando la redacción y el estilo entrelazando, analizando e interpretando la información recabada. Este hecho permite que nuestra investigación pueda brindar a los Estudios Organizacionales y a la Comunicación Organizacional, un estudio con bases teórico-prácticas sobre el sector de la construcción, el cual siguiendo la opinión de Yin (1994), el estudio de caso pueda ser usado para “determinar si las propuestas de una teoría son correctas o si son alternativas de explicación que puedan ser más relevantes” (p. 38). O “un preludio de futuros estudios, tal como el uso de estudios de caso dispositivos de exploración o como la guía de un estudio piloto” (pp.40-41), de tal suerte que, el poder complementar y dar sustento al trabajo de campo con lo escrito y desarrollado en este trabajo, nos llevó a resolver y llenar algunas lagunas que la observación, las conversaciones y las entrevistas no pudieron brindar.

En la observación participante se considera muy difícil registrar todo lo que sucede alrededor de la investigación, pero existen datos factibles de ser registrados que se volverán fuente para el análisis y el desarrollo de la investigación, normalmente se utilizan las notas de campo en sus diferentes formas, pero cada vez más investigadores cualitativos utilizan grabaciones, fotografías o material audiovisual; independientemente de la opción seleccionada, el investigador debe ser capaz de diferenciar entre lo que los informantes generan como testimonios y/o expresiones, de las categorías, apreciaciones, experiencias e interpretaciones del mismo investigador (Ameigeiras, 2006 p. 132)

A partir de la apreciación de Ameigeiras (2006) es Spradley (1979: 9), quien señala la existencia de diferentes tipos de «notas de campo», como el *informe ampliado* constituido por notas que el investigador desarrolla con minuciosidad sobre su

investigación en campo, incluyendo en la descripción de su observación las impresiones, reflexiones personales, comentarios y análisis que considera pertinentes; por otra parte denomina *informe condensado* a los apuntes que se toman en el lugar de la investigación como notas rápidas, frases sueltas o inconexas que luego podrán ser reconstituidas, acomodadas o completadas, al funcionar como una imagen que actuará como activante de la memoria y así poder trabajar a profundidad posteriormente (Ameigeiras, 2006 p. 132).

El registro deberá incluir aspectos del lugar in situ donde se entre mezclan descripciones de escenarios y situaciones, así como una gran variedad de manifestaciones que abarcan actividades y objetos, por una parte, por la otra, individuos, grupos, organizaciones hasta procesos sociales o acontecimientos imprevistos, es decir, lo que se ve, se escucha, se percibe y se intuye en el campo es factible de ser registrado, teniendo cuidado de identificar las correspondencias de cada uno y su relevancia en la investigación.

3.2.6. Entrevista semiestructurada

Hernández Sampieri (2014) define a la entrevista cualitativa como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados) basados en una guía de asuntos o preguntas no directivas y flexibles que se adecuan a los participantes y donde el orden de las preguntas permitan el manejo de los tiempos por parte del investigador pudiendo hacer pausas, apresurar o detener las respuestas; por lo que el principio y el final de la entrevista no se encuentran predeterminados, otorgándole al entrevistador una mayor libertad para introducir las preguntas adicionales que considere sean necesarias para precisar conceptos u obtener mayor información, al grado de que dé así considerarlo necesario el

investigador, la entrevista pueda efectuarse en varias etapas, por lo que el final de la misma no deberá estar definida con claridad.

Las preguntas deberán ser abiertas y neutrales, puesto que su objetivo es el de obtener perspectivas, experiencias y opiniones detalladas de los informantes en su propio lenguaje, lo que hace que el entrevistador deba ajustar su comunicación a las normas y lenguaje del entrevistado, sin perder de vista al contexto social, el cual debe ser considerado ya que es un elemento fundamental para la interpretación de significados, lo que Spradley (1979) considera como una serie de conversaciones amistosas, en las que el investigador introduce lentamente nuevos elementos para ayudar a los informantes a que respondan en consecuencia de su sentir o pensar (Spradley, 1979: 58) citado por Hernández Sampieri 2014); (Ameigeiras, 2006 pp. 129, 130 y 195) con la finalidad de profundizar en la comprensión de los significados y puntos de vista de los actores sociales. Las entrevistas se dividen en estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas o abiertas (Ryen, 2013; Grinnell y Unrau, 2011 citados por Hernández Sampieri 2014:403).

3.2.7. Conversación: el diálogo como aprendizaje

Si se considera que la entrevista cualitativa al ser más flexible y dinámica, asemeja a una conversación, en la que el diálogo implica el reconocimiento del otro en su diferencia, pero también en su igualdad. Podemos entenderla como un diálogo que supone abarcará lo textual, lo contextual y lo situacional, y que como ya se había mencionado, se puede atribuir como uno de los instrumentos principales de investigación al propio investigador y no a los protocolos o formularios utilizados, siendo el interlocutor o informante el otro instrumento importante en esta dualidad: por lo que la conversación, charla o diálogo, implica para el investigador una postura y una actitud de escucha ante la presencia del otro, puesto que se requiere encontrar a partir de los significados que ellos mismos laboran

información personalizada, siendo el escuchar, según Estermann (1996) una actitud, un modo de ser, algo que es eminentemente humano, puesto que involucra la voluntad y la disponibilidad de abrirse y dejarse invadir por la voz del otro, a diferencia de oír que es algo natural (Estermann, 1996: 148 citado por Vasilachis de Gialdino, 2006).

Este escuchar deberá permitirle al habla que acompañe, guíe, motive y apoye a que el informante se sienta dispuesto a revelar sus pensamientos, sentir, creencias, afecciones, usos, costumbres y demás factores que, a través de la experiencia del encuentro y de la interacción revele valiosa información para la investigación, donde sin proponérselo, el investigador se descubre a sí mismo y desde ese lugar, analiza el mundo social y los detalles de su entorno (Ruiz, 2007) y (Vasilachis de Gialdino, 2006).

3.3. Diseño de la investigación

Con referencia al diseño de la investigación, es Mendizábal (2006) quien propone que el diseño articula lógicamente y coherentemente los componentes principales de la investigación, los cuales consideramos cumplir en el desarrollo de este trabajo como pueden ser: justificación o propósitos, objetivos, teoría, método y los criterios utilizados para garantizar la calidad del estudio; este se comunicará luego en una propuesta escrita, para que pueda ser evaluado por diferentes lectores y guiar así al investigador en la continuidad del proceso de investigación (Mendizábal, 2006 p. 65), por lo que la adopción de un diseño flexible nos permitirá la articulación interactiva y sutil de estos elementos permitiendo la posibilidad de cambio para captar los aspectos relevantes de la realidad analizada durante el transcurso de la investigación.

El concepto de flexibilidad alude según este autor, a la posibilidad de advertir durante el proceso de investigación situaciones nuevas e inesperadas vinculadas con el tema de estudio, que puedan implicar cambios en las preguntas de investigación y los propósitos, como sucedió durante la realización de este escrito y de la investigación misma,

brindándonos la viabilidad de adoptar técnicas novedosas de recolección de datos, como lo fue la conversación; y a la factibilidad de elaborar conceptualmente los datos en forma original durante el proceso de investigación en un proceso que para este autor se desarrolla en forma circular (Mendizábal, 2006 p. 67).

En la medida en que progresa el estudio, serán las palabras de los entrevistados, ya sea habladas o escritas, y/o la conducta observable los que marquen la necesidad de modificar las líneas de investigación, y los que permitan abordar en forma holística las situaciones sociales complejas a través de la interacción con las personas en su propio ambiente (Mendizábal, 2006 p. 69) aproximando al objeto de estudio desde la amplitud, y con el tiempo, permitiendo el enfoque a puntos específicos que permitirán explicar preguntas importantes teóricas y prácticas (Taylor y Bogdan, 1984).

Para Mendizábal (2006), los conocimientos surgidos de los *estudios piloto* o de *investigaciones anteriores* permiten comprender mejor el tema, especialmente desde las personas o grupos ya estudiados permitiendo mejorar y esclarecer el diseño final (Mendizábal, 2006 p. 79); el diseño final, a la par de la elaboración de un mapa conceptual, brindan al investigador el reconocimiento de las diversas teorías y relacionarlas con los datos obtenidos en la práctica, la posibilidad de advertir la falta de conceptos o el enriquecimiento de los existentes al encontrarse otras variables o propiedades, las cuales aún no han sido relacionadas por lo que exista la necesidad de incorporar otra disciplina para responder a la problemática de la investigación o bien, brindar un camino de entre muchos para acercarse de una manera distinta a la problemática (Mendizábal, 2006 pp. 77 y 78).

3.4. Análisis de la Información e Interpretación de los datos

El registro supone un ejercicio que implica aprender a expresar lo que el investigador ha visto y oído en el campo, distinguiéndolo de tres formas, una donde se registra lo que

los informantes dicen o hacen, una segunda forma será lo que el investigador interpreta sobre lo que dicen y hacen los informantes, y una tercera donde redacta el informe y une las anteriores analizando e interpretando los datos registrados.

Mallimaci y Béliveau (2006) consideran en su trabajo que los investigadores cuando realizan el análisis y redactan deben tomar una serie de decisiones pues el paso de la oralidad a la escritura es complejo y se pueden usar varios formatos, de entre los que muestran los dos autores, en este trabajo buscaremos establecer un escrito interpretativo, donde reflexionar sobre la exploración de los significados, conocer a partir de una pluralidad de perspectivas y comprender por medio de la interpretación el material que se ira plasmando en el desarrollo escrito del trabajo (Mallimaci y Béliveau, 2006 pp. 200 a 203).

Ameigeiras (2006) expone que la utilización de la descripción del desarrollo de la interpretación brinda consistencia y solidez técnica del informe o escrito final, lo que es conocido como “*reliability*” (Ameigeiras, 2006 p. 138). Este autor cita a Hammersley y Atkinson quienes opinan que “*el análisis de la información no es un proceso diferente al de la investigación*” (Hammersley y Atkinson, 1994: 191); estos autores opinan que el tema del análisis de datos se conforma de una necesidad dual pues se necesita mientras se realiza el análisis, de una reflexión acerca de las modalidades de análisis y las vinculaciones entre la teoría y la practica obtenida en el campo, también precisan que es durante el análisis de la información que al leer las anotaciones, descripciones y apuntes, el investigador reconsidera la información, van surgiendo las ideas, asociaciones, contrastes, imágenes recordadas de distintas teorías y lecturas que el investigador tiene en su mente, por lo que al momento de escribir estas ideas se deben de tomar en cuenta, para cuando es el momento de redactar, se tendrá una mayor posibilidad de destacar información importante, identificar temáticas que no han sido desarrolladas, plantear

relaciones, formar preguntas y sugerir hipótesis, como lo mencionan los autores “*producir una reflexión teórica a partir de los mismos datos empíricos de la investigación*” (Hammersley y Atkinson (1994: 180) citados por Ameigeiras, 2006 p. 138).

CAPITULO IV. Interacción entre la red y la identidad organizacional en Punta Museo

4. Punta Museo

Este apartado tiene por objetivo mostrar el trabajo de investigación desarrollado desde los inicios de nuestra investigación hasta llegar a la obra de la constructora Yama en Punta Museo. Se presenta las maneras en que diferentes fenómenos se integran a la cultura, las redes y la estructura de las organizaciones y convergen en una obra de construcción, y al interaccionar reconfiguran la identidad tanto de las personas que laboran en el espacio organizado como en las organizaciones; dar un recorrido de la información recabada que nos acerque a identificar la red y la identidad organizacional a través de la lente de los estudios organizacionales, e ir descubriendo aspectos importantes que permitan conocer a la industria de la construcción a través del estudio de caso.

4.1. El trayecto tomado durante la investigación hacia Punta Museo

Durante los inicios de la realización de este trabajo, en cada congreso de análisis organizacional donde se presentaron los avances, se nos advirtió que el sector de la construcción, es muy complejo y de difícil acercamiento, por lo que no se le otorgaba factibilidad para realizarlo; no obstante, ante las advertencias nos encomendamos a la tarea de llevarlo a cabo bajo la guía de docentes, catedráticos y nuestra directora de investigación.

Consideramos importante señalar esto debido a las múltiples experiencias adquiridas en la práctica como incipientes investigadores y plasmarlas en este apartado para una mayor comprensión del uso de la metodología y la flexibilidad adoptada y mostrar el trayecto de la investigación y los cambios, muchas veces obligados por factores ajenos, de los cuales hablaremos más adelante y cómo fue posible ante los diversos retos continuar desarrollando este trabajo, adaptarlo y mantenerlo en curso; siendo que desde

la selección del escenario que se perfilaba como una gran posibilidad para su realización, se tuvo altibajos, y es que, la selección de una organización a investigar dentro del sector de la construcción, en nuestra opinión, es relativamente fácil la aproximación a alguna empresa de este sector, así como establecer contacto y obtener el permiso para estudiarla, la dificultad vendría después.

Este trabajo inició con la propuesta de analizar una empresa que brinda servicios a la construcción siendo su especialidad, la instalación de calefacción y aire acondicionado, la cual estaba contratada por una constructora y bajo supervisión de otra empresa, en una obra que por su tamaño era considerada como mediana y en la que se daban cita cerca de veinte empresas terciarizadas y otras sub terciarizadas, teniendo una población activa de 500 a 1200 trabajadores de diferentes áreas y especialidades, por lo que la red y la identidad de la organización seleccionada eran el objetivo de la investigación; una vez obtenido el acceso a la obra, fue necesario tomar un curso triple de brigadista sobre primeros auxilios, combate de incendios y evacuación, el cual nos permitió conocer a un grupo de prevencionistas de seguridad, aprender sobre el tema y las relaciones laborales, el lenguaje y términos de la construcción y obtener contacto con diferentes áreas y empresas, así como distintos informantes de todos los niveles jerárquicos en la obra, también nos brindó mayor confianza para desplazarnos por la construcción evitando peligros o situaciones que pudieran ser causales de accidentes.

Con la acreditación del curso, se nos otorgó por parte de la empresa a investigar un chaleco y casco color rojo, (véase las fotografías 1 y 2 más abajo) al que más adelante, le fue añadido un engomado de la empresa y poco tiempo después, a manera de obsequio un adherible con la representación de una mano de esqueleto color negro, al cual se le atribuyeron varios significados, uno de ellos, por ser una mano y de color negro, representaba a manera de broma, que había “mano negra” puesto que no estábamos

contratados como prevencionistas, pero ante la obra los representábamos, por otra parte también representaba el liderazgo demostrado durante el curso y al estar conscientes de la muerte y tenerla como amistad poder alejarla, y por último, la posición de los dedos formando un cuatro, representa en el coaching de vida, una relación completa y la aceptación de tu ser como un igual.



Fotografía 1. Casco y chaleco rojo. Marzo 2019

Las anteriores interpretaciones de los prevencionistas nos hicieron darnos cuenta de la existencia de algunos rituales, mitos y simbolismos que se pueden dar en una obra. Con la investigación un tanto avanzada, cuando se buscaba el acceso a las instalaciones de la empresa estudiada, el permiso se quedó en trámite y por parte de la empresa supervisora de la obra, se revocó el acceso a la obra por dos motivos principales, el primero la falta de documentos que acreditaran que nos encontrábamos dados de alta ante el seguro social

y la falta de un contrato, y el segundo, por falta de conocimiento del director de la obra sobre la investigación. De tal suerte que, la investigación se quedó sin organización que estudiar y suspendida de momento.



Fotografía 2. Adheribles en casco de la empresa y ‘mano negra’. Abril 2019

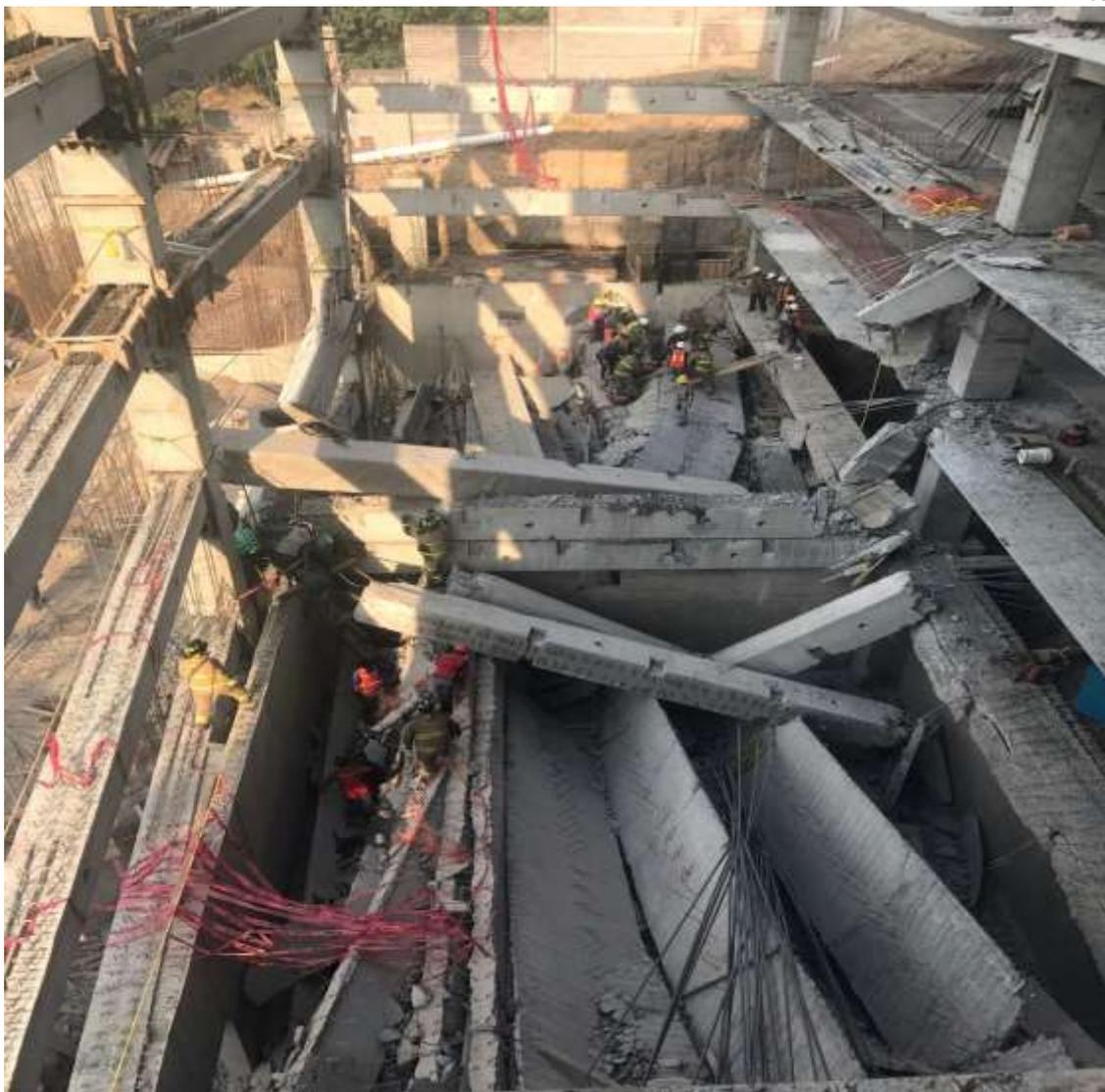
Tiempo después, se abrió la oportunidad de acudir a una obra ubicada en avenida Reforma, por medio de una empresa dedicada a la instalación eléctricas, con sede en Guadalajara quien brindo el acceso a la obra, mes y medio después de iniciada la investigación y solicitados los permisos, la constructora negó el permiso por la falta de documentación que la ampare en caso de accidente por nuestra parte. De emergencia se tuvo contacto con una empresa de instalación eléctrica con base en Guadalajara, por medio de su coordinador de prevención y seguridad, quien propuso una obra en la colonia Cuauhtémoc, dos semanas después de iniciados los trámites para realizar la investigación,

y pocos días después de algunos recorridos, la obra fue clausurada por parte de SEDUVI (Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México). La siguiente fotografía 3 ejemplifica la clausura de una obra.



Fotografía 3. Puesta de sellos de clausura en Patio Tlalpan. Recuperado de Milenio.com

De esta obra, nos recomendaron en otro proyecto ubicado en la zona de Santa Fe, a la que se visitó durante dos días y mientras se esperaba respuesta del permiso, sufrieron un accidente grave y se negó el permiso, quien nos había recomendado nos envió la foto del accidente, la cual se muestra en la Fotografía 4:



Fotografía 4. Accidente grave en una obra de construcción. Fuente: Palomino 2019

Días después, se consiguió nuevamente establecer contacto con la empresa dedicada a las instalaciones eléctricas, quienes volvieron a acceder a continuar nuestra investigación, pero se encontraban sin obra dentro de la ciudad de México, la única existente era a través de otra empresa con la que estaban asociados, quienes se encontraban laborando en un edificio en obra ubicada en la Colonia Juárez, que pertenece a la alcaldía Cuauhtémoc de la Ciudad de México, lo que permitió realizar entrevistas de sondeo y conversar con varios trabajadores que se encontraba laborando en el piso 27 de distintas empresas y diferentes especialidades como pintores, electricistas e instaladores de aire acondicionado y tabla roca, y una entrevista a un residente de obra eléctrica. En las siguientes fotografías se

pueden ver aspectos del lugar y del personal, permitiendo revelar parte del contexto, (véase fotografías 5 labores en piso 27, fotografía 6 avances en fase de acabados y fotografía 7 aspectos del trabajo) pero debido a la huelga en nuestra casa de estudio, una lesión en la columna, nos mantuvieron sin poder asistir al lugar de la investigación en campo, por consiguiente, la empresa a la que se le realizaba el estudio terminó labores en la obra y al no tener contacto con nosotros, no pudimos continuar el trabajo de campo.



Fotografía 5. Aspectos de la ciudad desde la vista piso 27 en la obra Reforma. Mayo 2019



Fotografía 6. Aspectos de etapa de acabados, cercano a fase entrega final. Mayo 2019



Fotografía 7. Electricista de pie trabajando en el mismo andamio que un colocador de aire acondicionado sentado en el andamio, atrás colocador tabla roca al teléfono. Mayo 2019

Las anteriores situaciones, condujeron a replantear la investigación, modificar la estrategia de la misma y hacer varios ajustes, lo que permitió una mejor selección del escenario, por lo que ya no se buscó realizar el trabajo sobre una empresa, sino que se buscó a una constructora que contara con varios proyectos y obras de construcción al mismo tiempo, y que otorgaran permiso y el acceso a alguno, con posibilidad de cambiar a otra si se llegase a presentar algún contratiempo o imponderable, siendo Punta Museo la obra asignada y a la que se seleccionó como objeto de estudio. Estos contratiempos a la larga, resultaron de gran utilidad, ya que permitió observar y contrastar a las cuatro primeras obras con Punta Museo, permitiéndonos analizar diferentes estructuras organizacionales y conocer a diferentes organizaciones interviniendo en un mismo espacio organizado. Es en Punta Museo, donde las experiencias combinadas con los conocimientos nuevos adquiridos, el aprendizaje a moverse dentro de la obra, el lenguaje y otros factores, permitieron continuar con la investigación sin más contratiempos.

4.2. Ubicación, historia y contexto de Punta Museo

Con la información obtenida de la página web de Punta Museo (mayo 2019) la cual aún se encontraba como página web en construcción, esta obra era presentada como un desarrollo de uso mixto, siendo su propuesta integrar departamentos con servicios y amenidades como lounge room, lavandería, business center, área de mascotas, así como un centro comercial de dos niveles para albergar tiendas de autoservicio, restaurantes, entretenimiento, moda, salud y belleza, entre otros, siendo un plus el mantener dentro de ese espacio, al tradicional Museo del Automóvil.

En consulta realizada a la misma dirección de la página web en enero del 2020, encontramos que el nombre oficial del desarrollo será: “Yama Punta Museo” (nombre que durante este trabajo no utilizaremos ya que cuando se realizó el trabajo en campo aún no se utilizaba), la página maneja ahora la información dando a Punta Museo como una

propuesta de espacios equilibrados y pensados para el estilo de vida de cada integrante de la familia. Mostramos en la siguiente imagen 8, un aspecto de lo que se espera obtener del proyecto por Yama.



Fotografía 8. Proyecto Punta Museo: Aspecto Cara División del Norte. Fuente: Yama (2017)

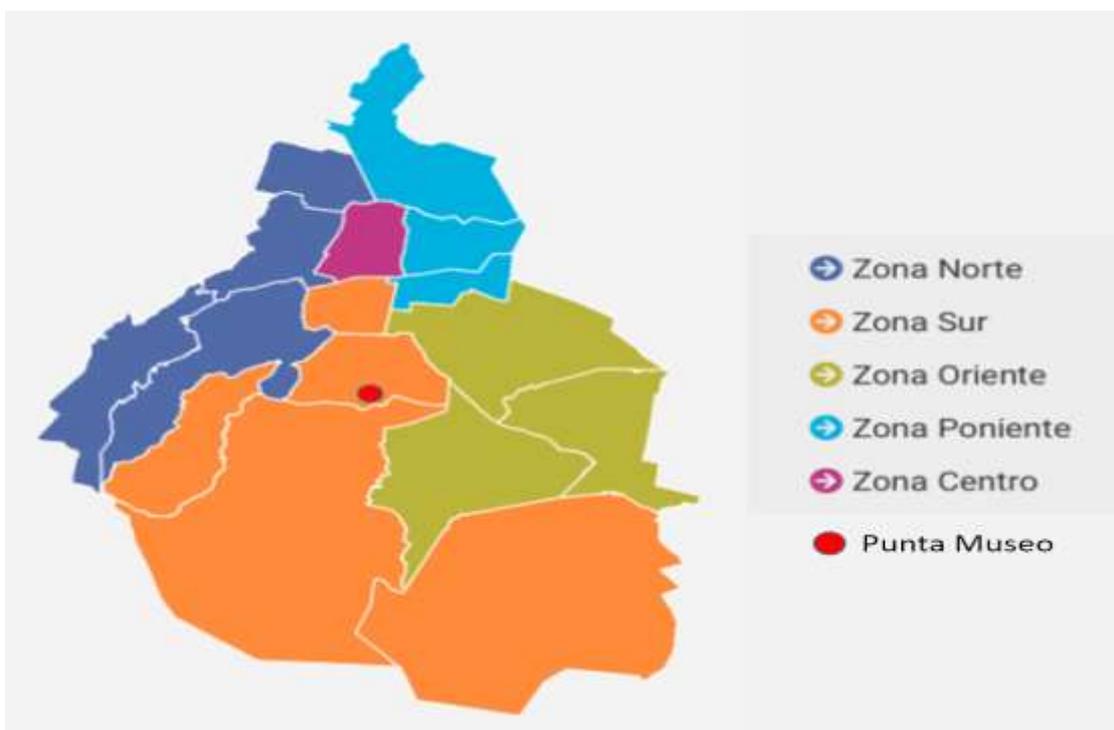
Punta Museo se encuentra ubicado en la Ciudad de México (CDMX) siendo la capital de los Estados Unidos Mexicanos (nombre oficial) o México (véase mapa 1), la extensión de la CDMX es de 1,479 km². Se encuentra en las coordenadas: Longitud 99°21'53.64"W a 98°56'25.08"W, Latitud 19°2'53.52"N a 19°35'34.08"N. Limitando al Norte, Este y Oeste con el Estado de México y al Sur con el estado de Morelos; La temperatura

promedio es de 15 grados centígrados. Es fresco en invierno, cálido en primavera, lluvioso en verano y parte del otoño, se encuentra a 2,300 metros sobre el nivel del mar.



Mapa 1. CDMX o Ciudad de México (antes D.F.) Recuperado de: México real

<https://mr.travelbymexico.com/677-cdmx/>



Mapa 2. Alcaldías en la Ciudad de México. Recuperado de descargamapas.net

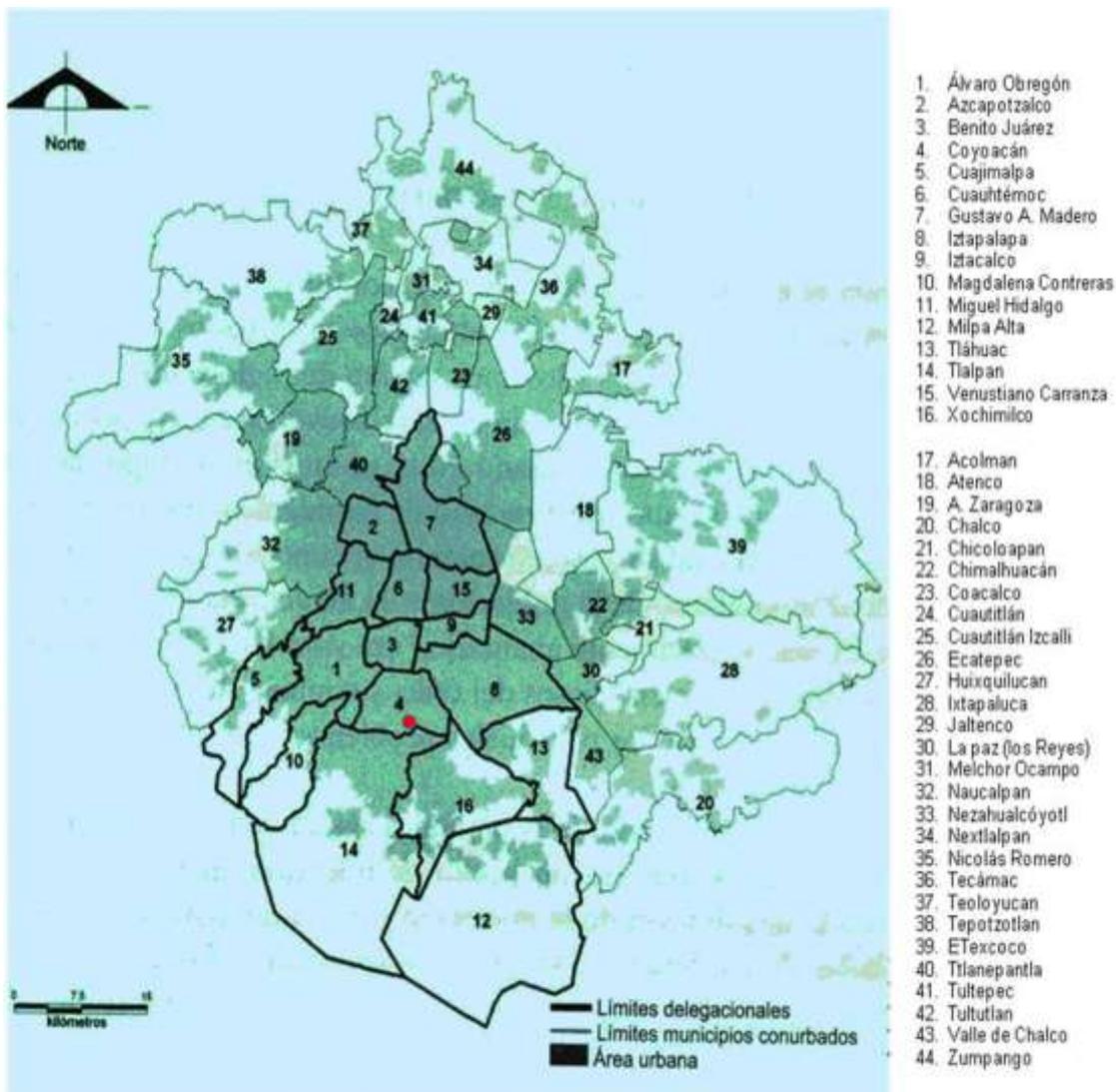


Mapa 3. Ciudad de México por zonas. Fuente: Jefatura General de Policía de Investigación y Dirección General de Inteligencia y Planeación

Se presenta en los mapas anteriores, mapa 2 las dieciséis alcaldías de la ciudad de México antes delegaciones, con un punto rojo se marca la zona aproximada donde se encuentra Punta Museo; en el mapa 3 se muestran las zonas en las que se divide la CDMX y se señala también en rojo la ubicación aproximada.

La Zona Metropolitana de la Ciudad de México (ZMCM), es el área metropolitana conformada por la Ciudad de México y por 59 municipios del Estado de México y un municipio del Estado de Hidalgo. En el mapa 4 se muestra el área metropolitana, que representa varios de los lugares de donde muchos de los trabajadores del sector de la construcción viven y de donde viajan, a veces hasta más de tres horas de recorrido desde sus hogares en transporte público, saliendo desde muy temprano para poder llegar antes de las 08:00hrs que es por lo regular la hora de entrada a sus lugares de trabajo (obras), teniendo por hora de salida las 18:00 hrs. Teniendo que realizar el viaje de tres horas o

más de regreso, por lo que muchas veces prefieren quedarse a dormir en la obra (si les dan permiso) o buscan rentar, a veces entre varios de ellos, algún lugar relativamente más cercano a sus centros de trabajo.



Mapa 4. Mapa de la zona metropolitana de la ciudad de México. Recuperado de Eumed.net.

La ubicación de este desarrollo al sur de la CDMX, lo ubica en una zona donde algunas de las vías principales como Av. División del Norte, a contra esquina de Calzada de Tlalpan y a unos minutos de otras grandes vialidades como, Av. Miguel Ángel de Quevedo y Periférico Sur, lo que le permite tener acceso a los principales medios y vías de transporte. En los anteriores mapas 5 y 6, se muestra la ubicación de Punta Museo en acercamiento, donde se pueden ver algunas de las vialidades y zonas que rodean a la obra.

Punta Museo tiene por dirección oficial: Avenida División del Norte, Número 3572, Colonia San Pablo Tepetlapa, Alcaldía de Coyoacán, Código Postal 04040. Ciudad de México, CDMX. Siendo el código plus de Google: 8VF6+H9 Ciudad de México, Cd. de México.

Museo del Automóvil México

El desarrollo se realiza sobre el terreno que diera vida al Museo del Automóvil México, obra del arquitecto Aguinaga, inspirado en el Museo Nacional del Automóvil de Mulhouse, en Alsacia, Francia; el cual se inició en mayo de 1989, concluyendo en diciembre de 1990. El museo fue fundado por Arturo Pérez Gutiérrez que falleciera el 25 de enero de 2011 con más de 90 años de edad, a su muerte el Museo comenzó su debacle, se cobraba por el uso de los baños, los cuales dejaron de funcionar, el edificio se sostenía por la renta proveniente de un gimnasio moderno. Tenía una superficie de 4,500 m², de los cuales más de 3,500 estaban destinados a albergar la colección de cerca de 120 autos clásicos y antiguos de distintas épocas, marcas y diseños en perfecto estado de conservación, algunos muy raros y otros con gran historia, el objetivo principal del museo era el de exhibir los avances de la industria automotriz a través de los tiempos, así como el origen y evolución de las marcas automotrices, mostrando algunos de los carros únicos y más famosos de la historia y tratar de concientizar al público visitante de la

responsabilidad de conducir un auto a través de simpáticos carteles. Contaba con servicio de visitas guiadas los fines de semana. De los 120 autos que el museo llegó a tener, hacia su cierre contaba con cerca de 10 autos. Las siguientes fotografías (fotografías 9 a la 11) muestran aspectos de lo que era el Museo del automóvil, reflejando parte de su identidad, y que representaba para los lugareños de la zona sur de la ciudad, un punto icónico y de referencia por más de 25 años.



Fotografía 9. Antigua edificación del Museo del Automóvil Julio 2017 Recuperado de: Yama 2017



Fotografía 10. Antigua entrada al Museo del Automóvil julio 2017 antes de la demolición. Recuperado de Yama 2017



Fotografía 11. Aspecto del interior del Museo del Automóvil en los 90's. Recuperado de Dondeir.com

En Punta Museo se inician trabajos en agosto del 2017 con la demolición del edificio que albergaba al museo del automóvil, como se puede apreciar en las fotografías 12 y 13; al cierre de este trabajo en enero del 2020, continúan las labores teniendo planeado concluir y entregar la fase III de albañilería, próximas fechas, para finalizar la obra a mediados o finales del 2020.



Fotografía 12. Demolición del Museo del Automóvil, agosto 2017. Recuperado de Yama 2019



Fotografía 13. Aspecto de la demolición Museo del Automóvil, agosto 2017 Fuente: Yama 2019

Consideramos importante la mención y las fotos, ya que además de permitir establecer parte del contexto, existen algunos factores relevantes a tomarse en cuenta, ya que para algunos de los trabajadores de la construcción, en especial los albañiles, el terreno, el edificio a demoler, si es el caso, se encuentran llenos de mitos y creencias, ya que para ellos la energía o los espíritus aún habitan esos lugares, siendo hospitales, prisiones o demás edificaciones donde el sufrimiento humano es más notorio, las obras donde más sucesos extraños ocurren, creándose cierta angustia al laborar, lo que va formando la identidad de la obra.

4.2.1. Yama Desarrolladora inmobiliaria y Yama constructora: una misma empresa.

En el siguiente apartado se pretende mostrar aspectos que, para el desarrollo de nuestra investigación, consideramos importantes sobre la inmobiliaria y la constructora, quienes desarrollan la obra donde se realizó la investigación, para de esta manera poder entender las relaciones que se van conformando en la red temporal formada en el espacio organizacional de Punta Museo, la identidad que se va configurando y poder mostrar un formato no tan conocido de modelo de negocio en las obras de construcción.

Debido a que Yama Desarrolladora Inmobiliaria inició operaciones como empresa comercializadora, en sus treinta años de operaciones, se ha ido consolidado como una de las empresas líder en ventas de departamentos y residencias en el sur de la Ciudad de México, al pasar de los años y con la adquisición de experiencia, les han surgido diferentes oportunidades de ir escalando a proyectos más grandes y darle crecimiento a la constructora, logrando una continuidad de trabajo y una relativa estabilidad laboral para sus empleados, contratistas y los trabajadores de estos.

En la página web de Yama Desarrolladora Inmobiliaria (YDI) se refieren a sí mismos como una empresa mexicana dedicada al sector de la construcción, logrando cubrir las necesidades del mercado en materia de infraestructura, innovación y tecnología de complejos corporativos y residenciales, ofreciendo las mejores ubicaciones, acabados únicos, áreas recreativas y de esparcimiento pensadas para brindar una mayor calidad de vida. Yama cuenta con doce proyectos entregados, seis edificios de oficinas y seis obras de departamentos. Incluyendo a Punta Museo, Yama se encontraba construyendo seis proyectos en el 2019; por lo que en su *Visión*, postulan el continuar siendo una organización líder en el sector, que cubra con la demanda de las grandes y medianas empresas, trabajando constantemente en garantizar los mejores servicios y espacios de la

más alta calidad; en su *Misión*, establecen cubrir las necesidades del mercado inmobiliario corporativo y residencial, edificando espacios integrales que contribuyan al desarrollo profesional y personal de sus clientes.

Punta Museo como proyecto de construcción es respaldado por la experiencia de Yama Desarrolladora Inmobiliaria (YDI), a su vez, como obra de construcción, se encuentra en manos de Yama Constructora. Es en el 2018, que YDI solicita a una empresa dedicada a crear y transformar marcas, siendo Brandia la empresa encargada del cambio, por lo que la desarrolladora inmobiliaria y demás empresas bajo el nombre de Yama, se encuentra en transformación de su cultura e identidad organizacional, buscando homogenizarse en un solo nombre, el de Yama, siendo éste el que identifique y abarque a las demás marcas y divisiones que la conforman.

4.2.2. Yama Punta Museo

El acercamiento a Punta Museo se realizó desde la observación en la calle de la obra, sus carteles y letreros que anuncia la venta de departamentos o espacios comerciales, los cuales pueden ser observados en la siguiente fotografía 14.



Fotografía 14. Exterior de la obra Punta Museo en mayo del 2019 Fuente Yama 2019

La investigación por internet sobre la obra arrojó tres páginas web, una sobre el proyecto específico de la construcción denominado Punta Museo, otra sobre Yama Desarrolladora Inmobiliaria (YDI), que es la empresa encargada en la venta de departamentos y renta de espacios comerciales del proyecto Punta Museo y la tercera, una página aún en construcción sobre Yama, que buscará ser la página web oficial de toda la empresa. La única dirección encontrada fue la de oficinas de YDI en San Ángel, a donde nos dirigimos a entregar la carta solicitud de investigación firmada y sellada por el posgrado en el que se realiza la maestría. De las oficinas de YDI, se nos explicó que solo se dedicaban a las ventas del proyecto y que sería más fácil acudir a la obra directamente

a solicitar el permiso, por lo que acudimos a la obra nuevamente y ahí se tramitó el permiso y se entregó la carta solicitud, a lo que ellos tramitaron la autorización a las oficinas de la constructora, quienes otorgaron el permiso con algunas restricciones, permitiéndonos el ingreso a la obra los días jueves y de no acceder a los niveles superiores a realizar entrevistas y solamente acompañado, esto por cuestiones de seguridad, ya que no podría estar acompañado todo el tiempo. Se brindó libertad de entrevistar a cualquier persona que se encontrara dentro de la obra o en la puerta, mientras aceptaran responder.

Con las entrevistas de sondeo realizadas en la obra visitada en la colonia Juárez (Reforma), se encontró que no se cumplían con los objetivos de la investigación, ya que arrojaron datos sobre aspectos generales del lugar, de las empresas, así como datos personales de los entrevistados y las jerarquías, lo que permitió darnos una idea del contexto y la estructura de la obra, conocer aspectos generales de las empresas ahí laborando, sus funciones y cantidad de empresas con las que se tiene contacto, siendo muy pocas las interacciones con otras empresas debido a que solo estaban confinados a un ala del piso 27.

Los resultados de las entrevistas de sondeo nos permitieron preparar un guion nuevo de entrevistas que se aplicó en Punta Museo. Para una mejor dirección de las entrevistas, se dividieron a los trabajadores en la obra de construcción en tres grandes categorías conformadas por las jerarquías más representativas en la obra: el de operativos (obreros), mandos medios (maestros especialistas) y los supervisores o residentes (gerencia). La aplicación de las entrevistas se inició para los tres grupos, con la recopilación de datos generales: Nombre, género, edad, profesión, años de práctica del oficio, empresa para la que laboran, puesto, tiempo de laborar para la empresa, tiempo de laborar en la industria de la construcción, tiempo de laborar en la obra actual y si se tiene trabajadores a su cargo y cuantos son.

Las preguntas de datos generales tienen la finalidad de conocer al entrevistado, identificarlo y darle una ubicación preliminar en la estructura y red organizacional de la obra. De la respuesta a la pregunta sobre el puesto, se continuó con las entrevistas específicas a alguno de los tres grupos, buscando desarrollar preguntas relativas a la cultura organizacional, clima organizacional e identidad organizacional.

En Punta Museo se realizaron doce entrevistas al personal que se encontró laborando en el nivel acceso-planta baja, los días 13 de junio, 20 de junio, 27 de junio y el 4 de julio del 2019. De los doce entrevistados solo uno era mujer. La duración de las entrevistas en promedio fue entre 15 y 20 minutos y la más larga duró cerca de tres horas, como puede observarse en la próxima tabla 5.

Se realizaron entrevistas al personal de supervisión de Yama con los siguientes puestos: residente de la obra y dos de sus tres auxiliares, (no fue posible entrevistar al director de la obra ya que no se encuentra normalmente en la obra). Dos entrevistas a mandos medios de los contratistas externos denominados tasajistas (patrones contratistas Flores y el otro Villegas) y se realizaron entrevistas a operativos: tres albañiles y tres instaladores del área de hidráulica-sanitaria y electricidad. También se realizaron entrevistas a un guardia de seguridad de la empresa CMS, a un operador de máquina de bombeo de cemento de la empresa cementos Moctezuma y a un asesor inmobiliario de Yama Desarrolladora Inmobiliaria. Por confidencialidad no se darán sus nombres y se les asignará un nombre de pila.

PERSONAS ENTREVISTADAS EN PUNTA MUSEO	FECHA ENTREVISTA	DURACIÓN ENTREVISTA
EMPRESA: YAMA		
Residente	04-jul-19	3 hrs
Auxiliar de residente	04-jul-19	20 min
Auxiliar de residente (mujer)	13-jun-19	30 min
Asesor desarrolladora inmobiliaria	13-jun-19	30 min
EMPRESA: CONTRATISTA FLORES		
Contratista Flores	04-jul-19	1 hr
Aprendiz ayudante de cimbra	27-jun-19	20 min
Maestro especialista cimbra	27-jun-19	20 min
EMPRESA: CONTRATISTA VILLEGAS		
Contratista Villegas	04-jul-19	25 min
Instalador sanitario	20-jun-19	30 min
Eléctrico baja tensión	13-jun-19	20 min
EMPRESA: CEMENTOS MOCTEZUMA		
Encargado de bomba de cemento	04-jul-19	35 min
EMPRESA: VIGILANCIA CMS		
Vigilante	27-jun-19	30 min

Tabla 5. Personas entrevistadas. Fuente elaboración propia

4.2.3. Estructura organizacional de Punta Museo

En el entorno empresarial y con la denominada globalización en la que vivimos actualmente, como ya habíamos mencionado con anterioridad, es cada vez más frecuente la externalización de los procesos productivos mediante la subcontratación de actividades; actividades que las empresas no consideran clave para el nivel de competencia prefiriendo atender la actividad principal en que se desarrollan. La subcontratación en Punta Museo es un proceso empresarial mediante el cual Yama (a la que suele llamarse contratista o cliente) transfiere la responsabilidad de sus tareas externas a otras empresas especializadas en alguna tarea, por lo que la empresa subcontratada será aquella que mediante un acuerdo con Yama, lleve a cabo la realización de determinadas actividades y servicios. El modo en el que esta relación comercial se

desarrolla suele estar definido previamente mediante un contrato. También es común denominar a este tipo de empresas subcontratadas como subcontratistas o proveedores.

En la figura 14 podemos observar el organigrama en Punta Museo armado a partir de las conversaciones con el residente de obra, uno de sus auxiliares y nuestra interpretación.

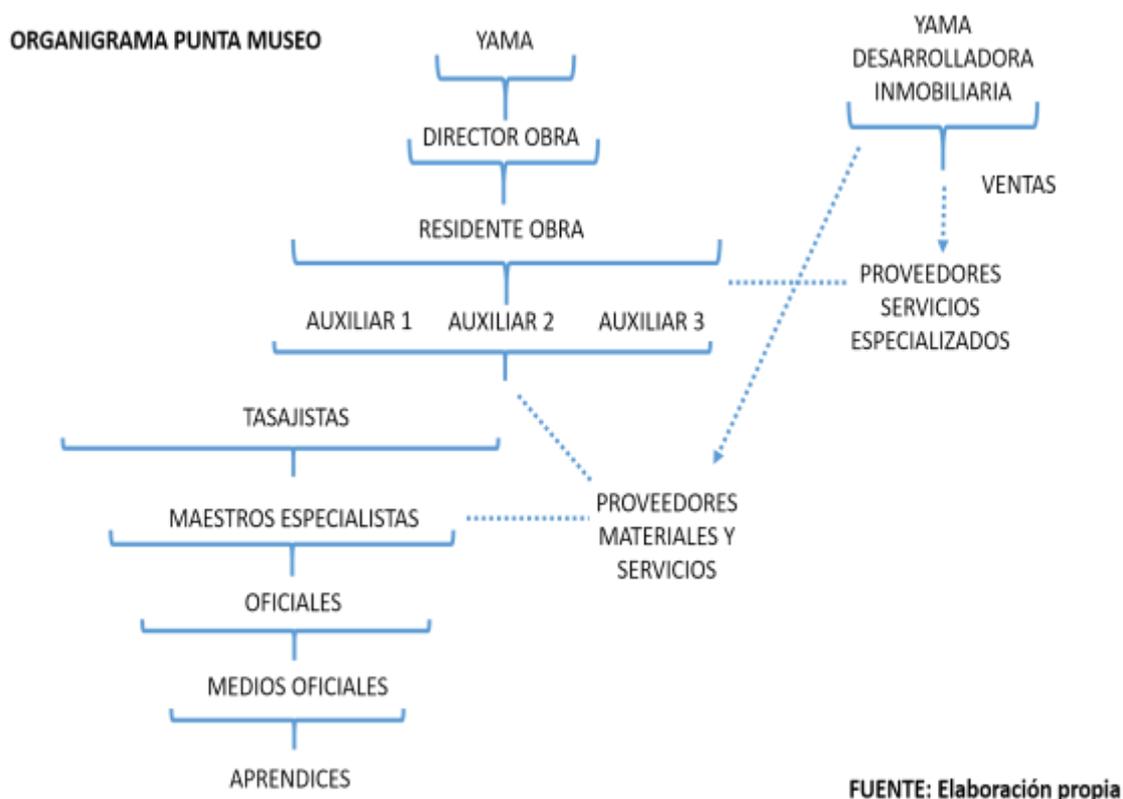


Figura 14. Organigrama Punta Museo. Fuente elaboración propia

Punta Museo es un espacio organizado con una estructura sistémica formal, que en la punta de la pirámide se encuentra el personal de YAMA, a medida que se desciende por la estructura, esta se encuentra integrada por un conjunto de organizaciones subcontratadas que interactúan, a través de la transferencia de información y tecnología e intercambio de bienes y servicios, conformando un compuesto organizacional para alcanzar la evolución de las organizaciones que la conforman y el desarrollo socioeconómico de la zona en que opera.

4.3. Configuración de la red organizacional en Punta Museo

Las organizaciones que participan en la red de Punta Museo, en el periodo en el que se realizó la investigación, las podemos dividir en empresas proveedoras de materiales, herramientas y maquinaria; subcontratistas de servicios y servicios especializados, como se puede observar en la tabla 6 siguiente:

PROVEEDORES MATERIALES Y HERRAMIENTA	PROVEEDORES MAQUINARIA	SUBCONTRATISTA SERVICIOS	SUBCONTRATISTA SERVICIOS ESPECIALIZADOS
Madera Empresa Maderas Los cedros	Planta de energía Empresa APR	Vigilancia Empresa CMS	Tasajista albañilería JM Flores
Materiales para construcción Empresa Sucovi Empresa Aceros Tlalpan Empresa Ferrex	Bob Cat Empresa Vegusa	Laboratorio de cemento Empresa CMIC	Tasajista instalaciones Villegas Martínez
Materiales eléctricos Empresa COEL	Equipos ligeros para construcción Empresa Vegusa	Retiro de cascajo Empresa Sindicato Libertad	
Materiales hidrosanitarios Empresa Sertesa		Baños portátiles Empresa Sanirent	Ninguno de los despachos se encuentra dentro de la obra. Legales Despacho privado
Equipos de protección personal Empresa Jad Suministros			Arquitectos Despacho privado
Equipos contra incendios Empresa Miya		No se encuentran dentro de la obra. Gobierno Diferentes áreas de servicios, trámites, verificación y supervisión	Proyectistas Despacho privado
Señalamientos preventivos Empresa Jad Suministros			Delineantes Despacho privado
Cemento Empresa Cementos Moctezuma			Topógrafos Despacho privado
Bomba de cemento Empresa Cementos Moctezuma			Aparejadores Despacho privado
Varillas Empresa Gerdau Corsa			Ingenieros Despacho privado

Tabla 6. Empresas, productos y servicios participantes en la red de punta museo. Fuente elaboración propia

Las empresas y despachos privados externos mostrados en el cuadro 3, normalmente no tienen contacto con el personal operativo, salvo los vigilantes que controlan los accesos de personal y material. En el caso de los servicios especializados solo los tasajistas (dos empresas) y su personal se encuentran dentro de la obra y forman al grupo de operadores, obreros y albañiles. También es posible observar que en Punta Museo son pocas las empresas que realizan labores dentro de la obra y existen varios despachos o profesionistas autónomos subcontratistas que realizan trabajos en específico para Punta Museo a distancia, como son planos de la obra e instalaciones, proyecciones, nivelación, delineaciones, dibujos y diseños por computadora.

En Punta Museo la función del residente de obra y sus auxiliares es mayormente de supervisión, reparto de tareas y solucionar pequeños problemas y mantienen comunicación muy estrecha con el personal externo en el proyecto; todas las relaciones con el gobierno, la selección de los proveedores y a los subcontratistas son efectuadas en las oficinas de la constructora; esto lo pudimos apreciar ante la explicación del residente, quien nos dijo que para mantenerse en contacto con Yama y los despachos o profesionistas autónomos subcontratistas involucrados en el proyecto de Punta Museo, todos los miércoles acude a las oficinas de la constructora, nos explica que la relación con las antiguas delegaciones, ahora alcaldías que se tienen en el sur de la ciudad ya es larga y es una relación que busca siempre mantenerse en normas, con documentación bien reglamentada y con pagos de derechos a tiempo; lo mismo ocurre en la relación con los subcontratistas llamados tasajistas quienes proveen de personal obrero y especializado, quienes deben de tener a sus empleados adscritos al Seguro Social, estar al día con el pago de las cuotas del IMSS y deben de tener en caso de que los trabajos lo requieran sus DN3 actualizados.

Los tasajistas subcontratados directamente por Yama, ya traen ordenes claras enviadas desde la constructora y una vez que llegan a Punta Museo se les canaliza a sus áreas de trabajo o a los lugares destinados para la entrega de material o salida del desperdicio y sus funciones están relacionadas a la especialidad de la empresa; también el residente nos explica que en la contratación o selección de proveedores o subcontratistas, en Punta Museo no se tiene ninguna injerencia, lo que apoya a evitar malos manejos, siendo la relación con los proveedores y subcontratistas muy profesional y respetuosa, también nos informó que Yama busca evitar que los subcontratistas contraten a otras empresas para realizar las labores, evitando la sub-subcontratación, por lo que los subcontratistas deben contar con el personal suficiente, además de que se les asignan zonas específicas para ir avanzando en la obra.

Sobre las organizaciones que colaboran en Punta Museo, las interacciones que se realizan entre empresas, relativamente son pocas, puesto que al haber un reducido número de empresas laborando dentro de la obra, por lo que la mayor parte de la red se efectúa entre los empleados de Yama (gerencia) con los subcontratistas tasajistas y algunos miembros de otras empresas quienes tienen de uno a dos empleados destinados a la obra.

La empresa del subcontratista o tasajista Flores tiene a su cargo los oficios relacionados con la cimbra, por lo que tiene a su cargo carpinteros, fierros, cimbradores, y otros especialistas. El personal de la empresa del tasajista Villegas tiene a su cargo los oficios que tienen que ver con la instalación eléctrica de bajo y medio voltaje, y a los instaladores del sistema hidrosanitario como pueden ser plomeros, soldadores, tuberos por citar algunos ejemplos. Uno de los maestros especialistas, José, nos comentó:

“En mi área de carpintería, no es tan importante saber quiénes son los proveedores, me entero quien nos manda las hojas porque vienen marcadas, los chalanos las descargan del camión y la llevan al área a laborar, ahí dependiendo que uso les vamos a dar, si son de calidad media le aviso a mi tasajista que las usaremos

para rellenos o para hacer cobertizos, mesas de trabajo, siempre hay un uso y si viene mal el pedido se regresa y los jefes se hacen cargo". José

Uno de los aprendices, Rubén, durante la conversación sostenida sobre el tema de cómo se establecen los acuerdos entre las demás empresas contestó:

"Yo saludo al chofer del camión y le pregunto sobre su ruta, le trato de hacer platica, así muchas veces los que ya me conocen me ayudan a descargar, es raro que venga el mismo chofer seguido, casi no hay tiempo de platicar, a veces solo te dicen que traen prisa y se suben al camión y se duermen o se ponen a hablar por el celular, vienen en diferentes camiones o son de diferentes proveedores, así que casi nunca hablamos... Con los "Toques" me llevo bien, comenzaron hablándome porque necesitaban madera para hacer unos tableros para conexiones y mi Maestro me dijo que buscara en el desperdicio, cuando se las llevé me invitaron de su refresco y como les empecé a hablar, ya me buscan para jugar una cascarita o para comer, en las cosas del trabajo nos ayudamos entre todos, a veces se tiene que subir o bajar las plantas para soldar y ayudamos en las maniobras a la bandita, yo veo que mi Maestro habla mucho con el patrón Villegas y ellos se ponen de acuerdo, en esta obra todos tratamos de apoyarnos porque nada más estamos nosotros y los jefes". Rubén

4.3.1. Interacciones sociales y organizacionales en Punta Museo

En Punta Museo al no haber muchas empresas con las que el personal interactúa, muchas de las conversaciones que realizamos orientadas hacia conocer esas interacciones, arrojaron que salvo que se tengan tareas muy específicas y se requiera de mayor comunicación, las interacciones con proveedores son mínimas, centrándose mayormente en relaciones de cortesía; las empresas subcontratistas que realizan las labores de construcción, es decir, los tasajistas y sus empleados, son los que tienen mayores interacciones durante la jornada laboral que inicia a las 8:00 am y termina a las 18:00 hrs; es con este grupo donde se establece una constante comunicación, siendo los tasajistas, maestros de especialidades y el personal de residencia quienes las realizan; el maestro especialista en cimbras, Darío, nos comentó sobre las relaciones con otras empresas:

"Aquí en Punta es muy tranquilo todo menos la chamba, haces equipo con los trabajadores, y con el tiempo vas creando lazos, pero sabes que no duran mucho salvo que seas familia o te vuelvas familia, casi no hay otras empresas, está el malandrín de cemento Moctezuma que ya ha durado, casi siempre a esos colaboradores los van

cambiando, otros que los rolan son a los de vigilancia, pero casi no vemos caras nuevas por aquí, tú eres la novedad". Darío

Con lo expuesto y con la información de otras pláticas se pudo constatar que en Punta Museo son tres las empresas que realizan la mayor parte de las labores de construcción, siendo YAMA la que dirige y supervisa (tramas unión y estrella), las otras dos empresas son los subcontratistas tasajistas quienes realizan los trabajos (tramas puente). Las otras empresas con las que se interactúa, son proveedores y algunas empresas que prestan servicios de apoyo y labores menores, aunque importantes, pero con poca interacción (tramas aisladas), al respecto, un instalador sanitario, Jonathan, nos comentó:

"Aquí si eres nuevo nos enteramos muy rápido, no hay otras empresas, solo está la bandita, por ejemplo, tú, desde que llegaste nos preguntamos si el "Rojo" (debido al chaleco utilizado durante la investigación) vendrá a realizar una supervisión, así que nos pusimos a arreglar algunas fallas que teníamos en cuanto a seguridad y que se iban quedando, luego le preguntamos a la arquitecta y ya nos explicó a qué vienes". Jonathan

El día 4 de julio del 2019, última fecha que se visitó a la obra, se encontraban laborando dentro de la misma cerca de 150 personas con diferentes oficios y profesiones; de todos solamente cinco de ellos son empleados en nómina de Yama: arquitectos, ingenieros y un proyectista. Cerca de 130 trabajadores pertenecen a las dos empresas de subcontratistas (tasajistas Flores y Villegas) entre tasajistas, maestros especialistas, oficiales, medios oficiales y aprendices obreros y albañiles: alicatadores, andamistas, aparejadores, carpinteros, cimbra, cortadores, encofradores, fierros, hidráulicos sanitarios, instalaciones eléctricas media y baja tensión, jornalero, montadores, obreros, mortero, soldadores, tableristas, tuberos, soldadores; el resto de los trabajadores forman parte de empresas proveedoras de servicios con escaso personal como el operador de bobcat, bombeo cemento, vigilantes y limpieza, y el laboratorista, el cual realiza visitas esporádicas una vez a la semana.

4.3.2. Estudios piloto en obras anteriores: contrastes

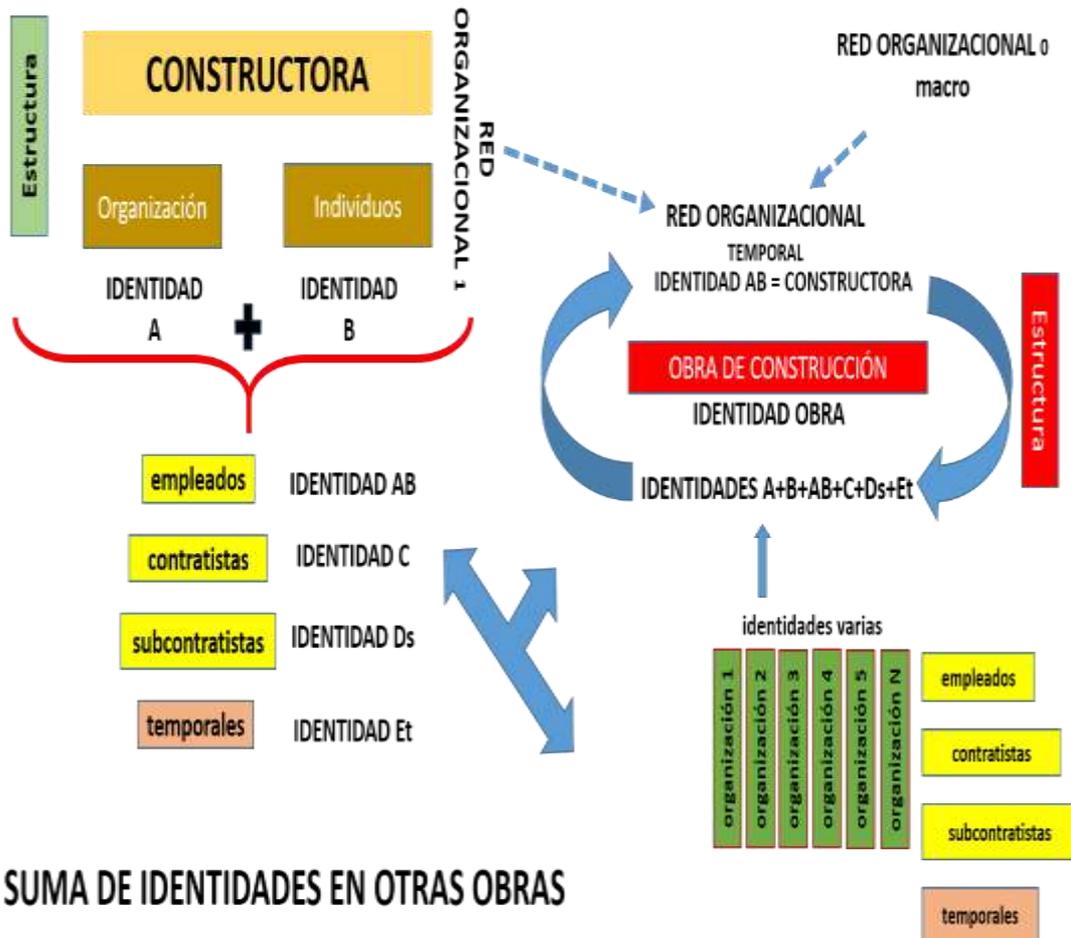
La información obtenida en las cuatro obras previas a Punta Museo, mostraron que por su tamaño son consideradas como medianas a grandes, donde la cantidad de empresas que laboran al mismo tiempo, la forma de contratación que permite la subcontratación y la sub-subcontratación, elevan considerablemente la cantidad de trabajadores, los cuales a veces se llegan a reunir en un mismo sitio, por lo que la interacción entre estas empresas se llega a convertir en una lucha por el espacio, teniendo que intervenir la supervisión para dar prioridades, otras veces se turnan la zona de trabajo, cediendo los andamios para que otra empresa los utilice, y otras veces dos empresas al mismo tiempo dan uso del andamio; de tal suerte que esta multiplicidad de empresas y obreros colaborando en un espacio, la forma de organizarse y las estructuras organizacionales, no correspondían con lo observado en Punta Museo, por lo que comenzamos a tener reservas sobre lo que estaba sucediendo con la identidad, ya que la teoría y la práctica sobre las redes organizacionales a menor escala en Punta Museo y a mayor escala en las obras visitadas con anterioridad, se verificaban en la práctica y en la teoría, dando pautas a que se cumpliera con algunos de los objetivos de este trabajo.

Al realizar este contraste sobre lo observado en las obras previas con Punta Museo, encontramos que las diferencias entre las cuatro obras visitadas eran mínimas, ya que todas en su interior presentaban más de veinte empresas laborando al mismo tiempo, a diferencia de Punta Museo que solo mostró unas pocas, dejándonos con la duda de cómo era esto posible y por lo tanto, creció nuestro interés por conocer que sucedía con respecto a las identidades, pues nuestras preguntas sobre las interacciones y lo que sucedía en Punta Museo no brindaban información como sucedió en las otras obras, así que era algo que se nos estaba escapando, hasta que finalmente mientras redactábamos este documento, encontramos que desconocíamos la existencia de diferentes modelos de

negocio dentro del sector de la construcción, en específico del subsector de edificación de vivienda; es por ello que consideramos importante continuar con los pasos llevados a cabo durante la investigación como si no contáramos con el apoyo de conocer dichos modelos de negocio (ya planteados en el apartado 2.5.6. modelos de negocio de este trabajo); y para lo cual nos dimos a la tarea de construir un modelo sobre las identidades que se mostraban en las obras previas y que exponemos en las próximas líneas:

Identidades organizacionales en las obras visitadas previas a Punta Museo

En la figura 15, observamos que la constructora presenta dos identidades, una generada como organización (identidad A) y la otra proveniente de los individuos que laboran en la misma (identidad B) configurándose en los empleados de la constructora una identidad AB; al interactuar con la red organizacional de la constructora, ésta identidad AB comienza a reconfigurarse al entrar en contacto con las identidades provenientes de las empresas contratistas (identidades C), identidades que a su vez serán afectadas por las demás al irse sumando las diferentes identidades de los subcontratistas (identidades Ds) contratados por las empresas contratistas a la que luego se agregaran la suma de las identidades individuales de los empleados temporales (identidades Et), formándose una suma de identidades $A+B+C+Ds+Et$, que a su vez, las diferentes empresas que laboran en la obra, también tienen como organizaciones, sus identidades A y B, que también configuraran su identidad en AB y a su vez se reconfiguraran con las demás identidades, lo que dará como resultado la identidad de la obra.



SUMA DE IDENTIDADES EN OTRAS OBRAS

FUENTE: Elaboración propia

Figura 15. Suma de identidades en otras obras. Fuente elaboración propia

Esta suma de identidades al generar la identidad de la obra, permitirá que la red organizacional del sector de la construcción (macro red) comparta con la red organizacional de la constructora y empresas colaborando con ella varios nodos, generando una red temporal en la obra de construcción. La nueva red temporal generada, al finalizarse los trabajos en la obra fortalecerá a las organizaciones con identidades reconfiguradas afines y se perderá con las organizaciones que no cumplan con los términos pactados laborales afectando a su red; por otra parte, la identidad de la constructora no se verá afectada al mantener pocos nodos interconectados, aunque exista una gran cantidad de trabajadores y empresas laborando para ella, y lo mismo sucederá con las diferentes empresas.

Quienes sí pueden verse afectados serán los trabajadores que con la duración de la obra en años pueden llegar a adoptar sentimientos de pertenencia, formas de actuar y conductas aprendidos en la obra y que luego buscaran adoptar en su forma de trabajo y de relacionarse en otras obras diferentes. Lo anterior nos llevó a realizar otro modelo que nos permitiera visualizar la interacción entre redes e identidad, que se muestra en la siguiente figura 16, donde a manera de mapa conceptual nos permitiera tratar de comprender porque nuestra batería de preguntas para las entrevistas se quedaba sin respuestas y las diferencias que aún no entendíamos que presentaba Punta Museo.



Figura 16. Contraste con otras obras y Punta Museo. Fuente elaboración propia

4.3.3. Red organizacional

Yama Desarrolladora Inmobiliaria con el paso de los años, ha incrementado el crecimiento de su red conformada por inversionistas, clientes, proveedores directos e indirectos y diferentes contactos del sector público y privado, por su forma de operar sus nodos tienden a ser fuertes en comunicación e interacciones.

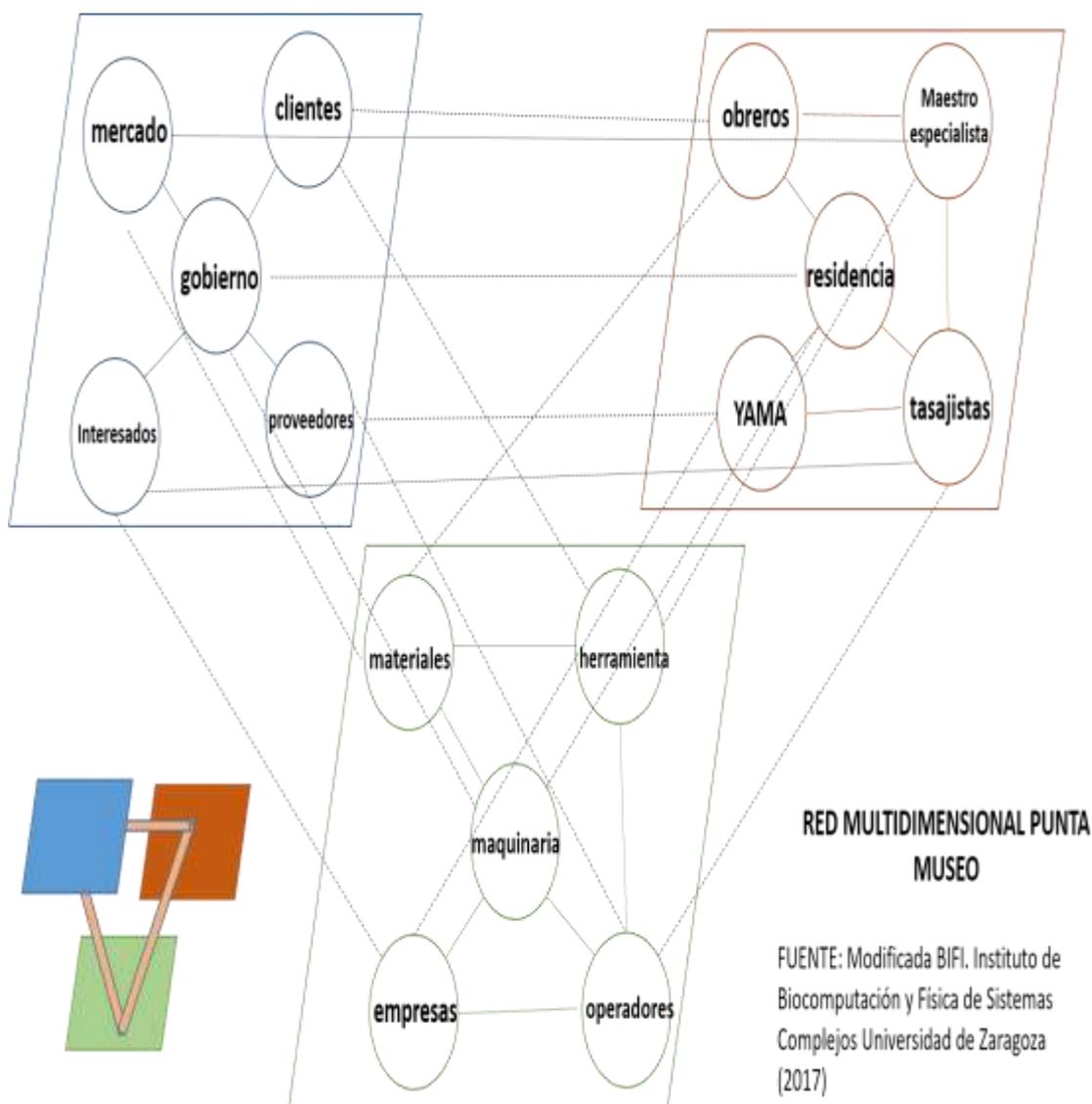


Figura 17. Red multidimensional en Punta Museo, Fuente modificada para éste trabajo de BIFI, Universidad de Zaragoza (2017).

En la figura anterior 17, mostramos que Punta Museo, presenta características de una red multidimensional donde en azul, el nivel más elevado, se encuentra el mercado inmobiliario, el gobierno como cliente y como regulador de leyes, los clientes, los grupos

interesados y los proveedores en general. En el nivel inferior en verde, Yama al buscar que sus productos mantengan una estandarización de alta calidad y diseño, con normas y políticas, deberán establecerse y ser requeridas a los colaboradores y proveedores las mantengan; así, para cada proyecto seleccionan de la macro red del sector de la construcción a sus proveedores; en naranja se aprecia la estructura que toma en los proyectos y como se relaciona con los otros niveles.

Y es que Yama al ofrecer espacios, soluciones integrales y personalizadas ha desarrollado que su fuerza de ventas sea proactiva y mantenga un nivel muy alto en el cuidado de sus relaciones sociales y económicas, por lo que, los proveedores de Yama han sido depurados formando parte de su red organizacional y, las conexiones operativas e informativas muestran esa coherencia que ha mantenido la dirección ejecutiva de Yama en mantener sus canales de comunicación desarrollados y mantenerse comunicados con las demás organizaciones de su red, logrando ser una empresa que ha ayudado a generar conexiones fuertes y duraderas, lazos culturales y laborales, manteniendo los valores y creencias sobre la calidad de entrega y precisión en las entregas a lo largo de tres décadas.

4.3.4. Identidades en Punta Museo

Queremos realizar un breve paréntesis, para destacar que una vez realizado el trabajo de campo y ya durante la redacción de este trabajo, descubrimos la existencia de los *modelos de negocio* del sector de la construcción, que como ya se ha mencionado con anterioridad, forman parte de la teoría utilizada en la investigación desde un principio, tratando de evitar sorpresas o reflexiones que pudieran interpretarse como “mágicas o sacadas de la manga o de la chistera”, haciendo alusión a los magos cuando realizan un truco, siendo importante para nosotros, presentar cómo se fue desarrollando nuestra investigación, sin tener conocimiento de los modelos de negocio en la industria de la construcción, y luego, una vez teniéndolos en cuenta, la forma en que nos ayudó este

conocimiento, al que consideramos como una posible herramienta que puede apoyar a los investigadores de los Estudios Organizacionales y de otras disciplinas a obtener otra visión y apoyo a una mejor interpretación de los resultados y cumplir los objetivos de la investigación.

Provistos de una estructura humana pequeña, el involucramiento de los dueños y una estructura ligera de costos, aunado a la experiencia y la capacidad de aprendizaje de Yama a lo largo de los años de actividad comercial, les ha permitido la solución de problemas locales de alto nivel de complejidad, logrando generar que sus proyectos tengan intervalos de tiempo más amplios, brindándoles un mejor manejo de su red organizacional y que diferencia de otros modelos de negocio y empresas, la terciarización por parte de los subcontratistas es solamente utilizada en casos muy particulares y extremos, lo que ha permitido organizar de mejor forma los trabajos contratando directamente a micro y pequeñas empresas para las labores especializadas y contratar grandes empresas proveedoras de herramientas, material y maquinaria, con la finalidad de llevar con éxito sus proyectos y generar con mayor certeza sus ingresos.

Lo anterior hace posible que la red organizacional de Yama pueda presentar y mantener criterios de cohesión (sólidos) entre sus nodos, muchos de ellos especializados en bienes raíces en diferentes áreas como administración y gestión, gerencia de proyectos, contabilidad, leyes, finanzas, marketing, arquitectura e ingenierías, construcción, economía, urbanismo y ventas, brindando como consecuencia que YDI, con el paso de los años, haya encontrado contratistas con personal suficiente para los segmentos de la obra que se les asigna, evitando realizar sub-subcontrataciones, configurándose una identidad organizacional fuerte que se mantiene y refleja sin muchas alteraciones en sus proyectos al contratar solo a las empresas específicas para desarrollar tareas muy

concretas, contemplando que estas empresas realizaran sus labores con calidad elevada y a tiempo.

Con anterioridad se mencionó que Yama se encuentra en una etapa de cambio en su interior, al buscar conformarse en una sola marca que abarque sus tres negocios, por lo que, en una de las conversaciones realizadas, Erick, asesor inmobiliario de YDI, nos dijo:

“YDI en sus inicios se dedicaba a la compra-venta de casa y pequeños edificios de vivienda sobre todo en la zona sur del DF, ya que ahí estaba el círculo de amigos de uno de los arquitectos, estos y sus familias ponen en sus manos algunas propiedades en venta... para poder venderlas YDI realizaba reparaciones buscando dejarlas como si fueran nuevas... con el tiempo los arquitectos comienzan a construir casas y edificios pequeños y a hacer más cosas; además de YDI, surge Yama Viviendas, Yama desarrolladora oficinas, Yama construcciones, Yama esto, Yama lo otro..., hasta que logran estar bien posicionados y le empiezan a meter tecnología en materia de infraestructura e innovación a los complejos corporativos y residenciales, pero hace menos de dos años YDI, deciden juntar las diferentes empresas que tuvieran que ver con construcción y ahora son Yama, yo había entendido que nosotros ((YDI)) también seríamos solo Yama, pero no creo que se haga, ya que nosotros somos los que generamos los negocios y la empresa principal y los demás son divisiones de la inmobiliaria...”. Erick

El residente de obra de Punta Museo, Gerardo, comentó sobre los cambios que está presentando Yama:

“YDI se dedica a vender, comercializar, encontrar y generar proyectos, nosotros a realizarlos, remodelarlos o darles mantenimiento. Hace casi seis años entre a laborar a Yama y al principio es difícil acostumbrarte al sistema, parece complicado, ahora le hicieron cambios desde hace un año y cacho, así que uno se va ajustando a lo que piden los jefes en las oficinas y como nos llamemos esas cosas son parte de su chamba, aquí en la obra, lo que nos interesa es sacarla adelante en tiempo y forma, con seguridad de los colaboradores y cuidando presupuestos”. Gerardo

En una plática con varios obreros sobre el tema uno de ellos señaló:

“...tendrá un año y medio que los de la inmobiliaria de repente dejaron de venir por aquí; solo cuando vienen los patrones, nos visitan los arquitectos de la inmobiliaria, antes se paraban y platicaban con los muchachos, ahora, nada más toman fotos y hacen anotaciones; al día siguiente llegan los cambios, las recomendaciones y los regaños.” Matías

Lo anterior, nos llevó a indagar sobre lo que representa para los trabajadores la intervención del personal de YDI en Punta Museo, ya que solo algunos mostraban extrañar su presencia y para otros aparentemente no tiene importancia, descubrimos que

para los trabajadores subcontratistas con mayor antigüedad participando en otros proyectos de Yama, mencionaron que el trato con el personal de YDI era más cálido y cercano, el ser saludados o reconocidos por arquitectos e ingenieros de la inmobiliaria durante los recorridos que estos realizan por la obra *“da una sensación de prestigio que tus compañeros no tienen”*, nos confesó Armando, un electricista quien se muestra orgulloso de que *“algunos de los arquitectos hasta mi nombre se saben”*. Para la mayoría de los entrevistados no pertenecientes a Yama, su sentir es que los patrones con los que se deben *“cuadrar”* quienes en realidad mandan y dirigen son los ingenieros y arquitectos de la inmobiliaria, a diferencia del personal de la constructora en la obra, quienes son percibidos como compañeros de trabajo que ostentan mayor jerarquía al ser los encargados de la obra, pero que se encuentran en un nivel inferior respecto al poder que pueden ejercer con respecto a sus similares de YDI.

Con respecto al cambio interno que se está gestando en Yama, los empleados subcontratistas no mostraron conocimiento del tema.

4.3.5. Modelo de negocio: Goliat

Con la información recabada a través de las diferentes conversaciones, se pudo establecer la categoría en la que consideramos se encuentra Yama, siguiendo la clasificación propuesta por Muñoz sobre los modelos de crecimiento de empresas de desarrollo inmobiliario (página 57 de este trabajo), y de esta forma, establecer los antecedentes de la red y la identidad organizacional de esta empresa.

Yama presenta características de una empresa con un modelo de negocio tipo Goliat al mostrar coincidencias en varios puntos como el contar con pocos proyectos de gran escala, recordemos que son doce construidos al 2019 y seis obras en construcción, siendo tres de ellas mixtos, y del que Punta Museo es un ejemplo de ello; bajo el mando de un líder con experiencia corporativa como Yama Desarrolladora Inmobiliaria que cuenta con

más de 30 años en el mercado, Yama Punta Museo se convierte en un proyecto emblemático para esta empresa al desarrollar en el mismo espacio viviendas, un centro comercial y como detalle adicional, el museo del automóvil, el cual es significativo en el sur de la ciudad, por lo que para poder entregar con la calidad esperada y que caracteriza a esta empresa y cumplir con los tiempos de entrega deberán convocar talento externo en arquitectura y múltiples especialidades de gran calidad.

Yama como empresa contratada por los inversionistas y encargada del proyecto Punta Museo pone su red organizacional a buscar a proveedores y subcontratistas, Yama como contratista se encuentra en la posibilidad de solicitar a los subcontratistas ciertas características y elementos a cumplir, y varios de estos elementos forman parte de su identidad organizacional. La red organizacional de Yama comienza a formar nodos con otras organizaciones para ir creando el proyecto Punta Museo; estas organizaciones a su vez tienen redes organizacionales e identidades propias; con el inicio del proyecto en el lugar donde se edificará Punta Museo, estos nodos van configurando una red temporal a través de la comunicación e interrelaciones entre las diferentes organizaciones involucradas, las cuáles presentarán elementos de sus identidades y darán forma a la identidad organizacional de Punta Museo, al irse agregando organizaciones al proyecto la red y la identidad de Punta Museo se van reconfigurando al irse formando nuevos vínculos o reestablecer los nodos antiguos de una serie de proveedores y subcontratistas que aportan fuerza de trabajo con estándares similares de tiempos y calidad en los trabajos desarrollados.

Lo anterior, le permite a Yama seleccionar a los equipos de trabajo específicos para las necesidades muy específicas de Punta Museo, por lo que la identidad organizacional no sufre grandes alteraciones en su configuración, aun cuando nuevas empresas se integren, presentándose una reconfiguración cuando intervienen nuevas organizaciones

con nuevas técnicas y tecnologías en las formas de trabajar y realizar las cosas, como se verá en el siguiente apartado.

4.4. Configuración de la red e identidad organizacional en Punta Museo

Los intereses de los dueños e inversionistas de Punta Museo, están representados en la obra de construcción a través de un Director de Obra, quien se encuentra al frente y es el encargado de tomar las decisiones importantes y finales sobre las obras realizadas; seguido por un Residente de Obra y tres auxiliares, todos ellos son empleados directos de Yama constructora, funcionan como enlace entre su organización y las demás empresas contratadas que intervienen en la obra, representan a la constructora en sus acciones, valores y forma de trabajar, pero también representan los valores y cultura organizacional de la desarrolladora inmobiliaria de la que surgen. Contiguo a la obra indirectamente se encuentran los empleados de YDI en una caseta de ventas.

En un nivel medio, se encuentra el grupo de subcontratistas de servicios especiales arquitectos e ingenieros que dibujan, proyectan, modelan, diseñan, realizan planos y otras funciones de planeación y diseño, los cuales son profesionales autónomos o de pequeños despachos de ingeniería o arquitectura seleccionados de la red de YAMA y contratados para el proyecto de Punta Museo en apreciación de Raymundo, el auxiliar del residente entrevistado y confirmado por el residente Gerardo. Raymundo también nos explicó que los siguientes niveles están conformados por trabajadores de empresas subcontratistas, diferentes tasajistas y sus cuadrillas divididas en las diferentes especialidades de la construcción.

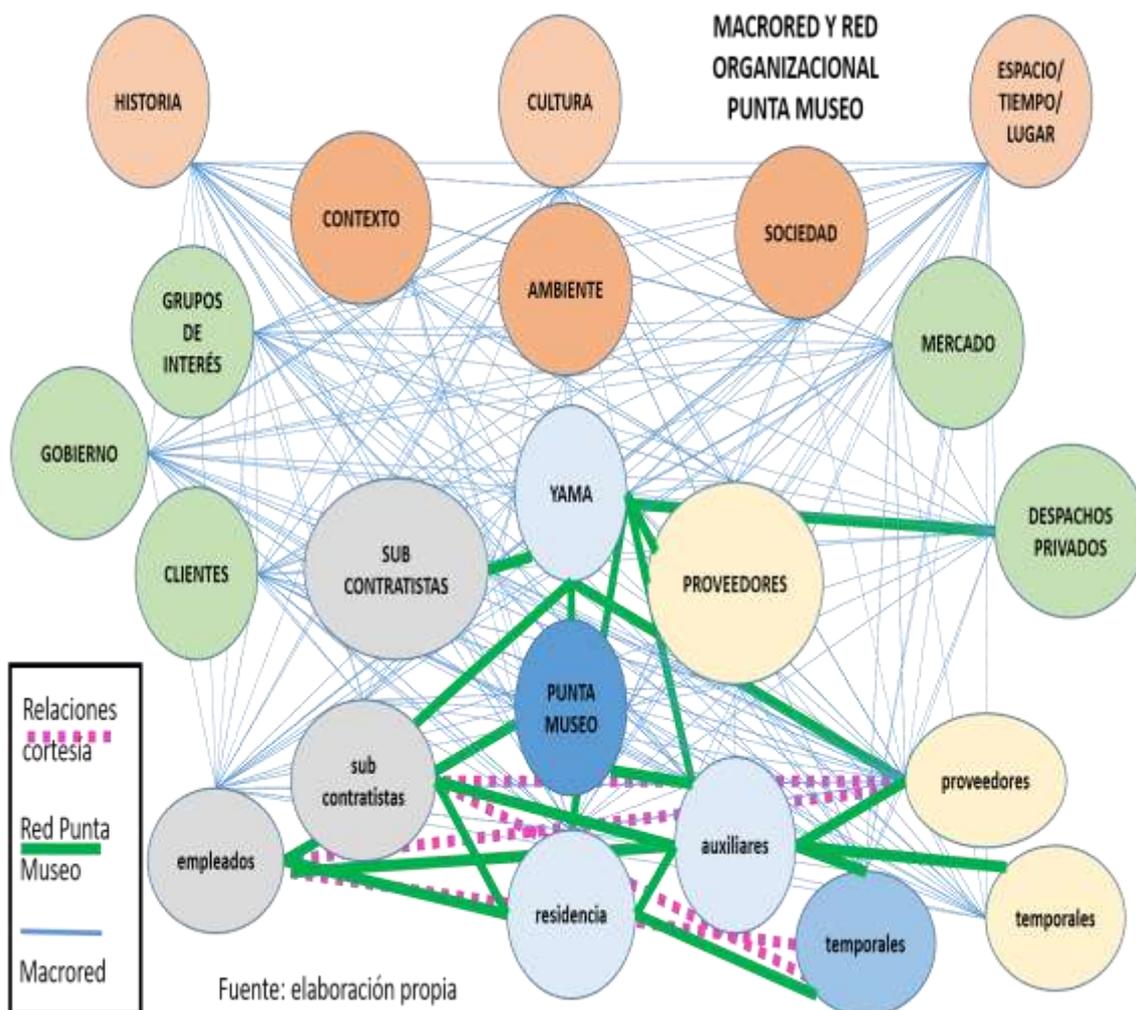


Figura 18. Macro red y red organizacional Punta Museo. Fuente elaboración propia

En la figura 18 se puede observar en azul la macro red de YAMA, en verde la red organizacional que se configura en Punta Museo marcada de color verde y en punteado en rosa las relaciones de comunicación mínimas y/o de cortesía. Los llamados Tasajistas (subcontratistas), personas físicas con actividades empresariales, forman el enlace entre sus obreros y la constructora; el subcontratista se encarga de la administración del personal a su cargo, nóminas cuotas IMSS, permisos de trabajo y capacitación. El residente y sus auxiliares tienen contacto con los trabajadores de los subcontratistas en temas de supervisión, calidad o pequeños detalles, siendo la comunicación, coordinación y toma de decisiones directamente con el tasajista o su maestro de especialidad; los tasajistas dan instrucciones a su personal a través de los maestros de especialidad, quienes

tienen a su cargo a cuadrillas compuesta por diferentes especialidades de la construcción, como pueden ser carpinteros, eléctricos, hidráulicos y sanitarios, fierros, plomeros, soldadores, entre otros. Los tasajistas se apoyan con el maestro de especialidad quienes se encargan de realizar los avances con los obreros a su cargo, encontrándose en la base a los aprendices.

En las pláticas sostenidas con los únicos dos tasajistas que se encontraban en la obra durante la etapa que se realizó la investigación, se les solicitó nos relataran sobre sus funciones como subcontratistas y su relación con YAMA, el tasajista Flores nos revela que:

“Ya voy a cumplir 19 años en la obra, comencé como aprendiz y ahora ya soy contratista, un ingeniero fue el que me dijo que me pusiera de patrón poniendo al personal y el trabajo; me ayudó con los trámites y me apoyó con los contadores, cuando me llamaron a Yama, me propusieron trabajar como tasajistas de detalles, como no tenía idea de que madres hacían los tasajistas, pus tuve que preguntar, ya me explicaron que como patrón nos dan una zona de la obra para que la trabaje mi gente, yo les pago, los meto al IMSS, les doy EPP, antes les daba herramienta pero las pierden o se las vuelan, así que tuve que cambiar a que traigan sus herramientas, yo doy la cara por ellos y los defiendo de la constructora cuando es necesario, y con mis maestros buscamos sacar adelante el trabajo”. Flores

El tasajista Villegas nos platicó:

“Yo tengo como 4 años trabajándole a Yama, como contratista de instalaciones hidráulicas sanitarias y eléctricos de baja y media, en esta obra tengo 50 chavos entre las dos especialidades, es poca gente, pero eso facilita el avance y la calidad; las dos especialidades se apoyan porque siguen la misma distribución, el mismo caminito. Con esta constructora me gusta trabajar porque no hay demoras de paga, buscan la calidad y que realmente avances, si no das el ancho en la semana, te cambian”. Villegas

Sobre la relación con otras empresas, Villegas expresó:

“Aquí en Punta, no hay muchas empresas laborando de fijo, vienen subcontratistas con sus cuadrillas, hacen su trabajo y se van, a veces regresan los mismos, dependiendo de las áreas que nos van liberando o que vamos liberando, coordinarte con los proveedores no tiene problema, esos weyes traen el material que la constructora tramita siguiendo las especificaciones que les doy y en la cantidad que en el estimado se calculó. Coordinarte con los macuas de Flores (el otro contratista), está papita porque solo está él y si no me entrega, no puedo seguir. Es otra madre trabajar con Yama, si vienes de fuera de las construcciones de edificios grandes o centros comerciales de otras constructoras, es un desmadre y te peleas con muchas

empresas, arquitectos e ingenieros, he estado en obras que hay más de 20 empresas laborando en el mismo piso y que tienen hasta ocho sub-subcontratistas laborando al mismo tiempo. En Punta no hay sub-subcontratación, echas desmadre con tu gente y algunos conocidos de otras empresas que se vuelven la bandita como “el bombas” de cemento, porque trabajas cerca de ellos o tu covacha es vecina, acá, platicas con la bandita y apoyas a todos porque si no formas equipo te pueden dar las gracias o tienes muchos problemas.” Villegas

El Contratista Flores nos dijo:

“Ahora que me haces pensarlo, no somos muchos, están las doñas de limpieza pero les pagan los residentes, los polis, el bombero y la cementera, vienen los del laboratorio una vez a la semana, están los encargados de la constructora, los paleadores del cascajo con el bob y las tolvas que se lo llevan creo son de un sindicato... los toques y tuberos de Villegas (el otro contratista)...los de la inmobiliaria, los de materiales y renta de maquinarias, el plantero, los topos, creo que esos seríamos todos”. Flores

La forma de organización en una obra de construcción dependerá en gran medida a la forma en que la empresa constructora y/o promotora inmobiliaria organicen, planeen, proyecten y contraten al personal y sus recursos, como ya se expuso, Punta Museo muestra características que tienden a que la parte administrativa lleve a cabo el trabajo de diseño, planeación, programación, coordinación y control de proyectos, combinando la administración de línea con los expertos asesores en equipos de proyecto externos. La parte operativa se centra en el desarrollo de labores de construcción en la obra para producir los resultados y está separada, de modo que la necesidad de estandarización no interfiera con los resultados del proyecto.

En esta obra se crean pequeños ámbitos de control por el reducido tamaño de los equipos de trabajo, por lo que se muestra una descentralización selectiva, ya que la autoridad se traslada constantemente de donde se encuentra al experto que en ese momento es requerido y que deberá de tomar la decisión de la mejor técnica a emplear o la solución a la dificultad; las estrategias se van desarrollando en virtud de la toma de decisiones asociada a cada etapa y fase del proyecto, por lo que cada empleado involucrado tiene determinada injerencia en la creación de las estrategias a realizarse

debido a la alta especialización que van desarrollando los obreros, al grado de tener mayores conocimientos prácticos, que los egresados de estudios superiores no poseen; aún con la diferencia de conocimientos teóricos-prácticos que presentan ingenieros y arquitectos, contra la maestría que brinda la práctica a personas con estudios mínimos, la línea jerárquica descendente, que va de la dirección de obra hacia los diferentes encargados, hasta llegar a la base con los aprendices, presentándose tres grandes niveles jerárquicos, es aceptada como forma de reconocimiento a los que han tenido la oportunidad de estudiar, a los que han sido nombrados como responsables, a los que contratan y otorgan el salario y por educación.

Ahora que se conocen mayores detalles sobre Yama y Punta Museo, se puede avanzar a la presentación y revisión de los hallazgos logrados en este trabajo, resultado de las entrevistas realizadas dentro del espacio organizado, para de esa forma tratar de identificar los elementos que intervienen en la reconfiguración de la identidad organizacional y la red.

4.4.1. Interacciones entre la Red organizacional y la Identidad organizacional en Punta Museo

En Punta Museo, encontramos que las múltiples conceptualizaciones que se tienen sobre "*quiénes somos*", como organización se vuelve visible en las respuestas que brindan los trabajadores presentes en la obra, recordemos que salvo el personal de la constructora, la mayoría de los trabajadores provienen de dos empresas subcontratistas (cerca de 130 personas de un total de 150 aproximadamente) o de proveedores (10 personas aprox.) lo que permitió poder entrevistar y conversar con algunos miembros del personal de los subcontratistas y de algunas empresas proveedoras que se encontraban presentes en el tiempo que se realizó la investigación, también se trató de abarcar diferentes profesiones,

oficios y puestos; también nos apoyaremos de fotografías de la obra en diferentes fases (véase nexos fotográficos), y brindaremos las interpretaciones a las respuestas y conversaciones sobre lo que consideramos es significativo para la investigación.

Comenzaremos con el análisis de los datos aportados en las entrevistas a nivel directivo de Punta Museo, los cuales mencionan que está ocurriendo un cambio interno en Yama, lo cual parece no afectarle a ninguno de los entrevistados, pareciéndonos que no es apatía por el cambio, sino fastidio por las luchas de poder que se muestran a altos niveles y hartazgo con el tema de quienes son los verdaderos jefes, los que dirigen a la empresa, si los de la inmobiliaria o los de la constructora; por lo que hace tiempo que tomaron partida por la idea de que *“fuimos contratados por Yama Constructora, que pertenece a Yama y ahora la inmobiliaria se dedica a las ventas”* nos comentó Gerardo, para el equipo de residencia de la obra, este cambio interno a su parecer solo afecta a las labores en Punta Museo sobre decisiones finales y modificaciones a los acabados terminales; podemos interpretar que en la obra y el avance que se realizan en los trabajos de construcción, el cambio organizacional en Yama no ha brindado consecuencias, pues refieren seguir trabajando como siempre, donde existe una reconfiguración fue en la identidad, al fortalecer sentimientos, pertenencia, lealtad hacia la constructora y a Yama como corporativo, donde los fundadores de YDI han migrado, dejándoles ahora las actividades propias de una inmobiliaria que son las ventas. En nuestra percepción, el personal de YDI por tradición, usos y costumbre, al ser la empresa generadora del corporativo y lugar donde los directores y socios fundadores realizaban sus reuniones y tenían sus oficinas, dio lugar a que por cercanía fueran adoptando roles y apariencia de directivos medios, y fueran ejerciendo poder sobre las otras áreas de la empresa, las cuales, por expansión a través de los años, tuvieron que mudarse a otras ubicaciones quedando alejadas del ápice de poder. Pudimos detectar que la existencia de un

resentimiento hacia algún grupo específico de la inmobiliaria y no tanto a el personal de ventas.

De la observación y pláticas en campo interpretamos que para el personal subcontratista que previamente ya han realizado otras labores con Yama, la cuestión del cambio interno ha sido notorio, sobre todo a nivel individual, ya que mencionan un distanciamiento de parte del personal de YDI que acompañan a los dueños y patronos durante los recorridos a la obra, y con los que se tenían mayores relaciones interpersonales además de las laborales; estas relaciones con personal de YDI, como nos explicaron algunos de los trabajadores, proveían de cierto nivel (status), y para los más antiguos, representaba cierta amistad, donde aspectos subjetivos como el afecto y la relación dejan una sensación de lejanía y rompimiento. Julián, uno de los maestros especialistas de mayor antigüedad colaborando para Yama señaló:

“...tendrá un año y medio que los de la inmobiliaria de repente ya no se aparecieron aquí en Museo; solo cuando vienen los dueños, los acompañan los arquitectos de la inmobiliaria, hemos trabajado con ellos muchas veces, ahora ya ni saludan, antes se paraban y platicaban con los muchachos, ahora, toman fotos y hacen anotaciones; al día siguiente llegan los cambios, las recomendaciones y los regaños...”. Julián

En general entre los trabajadores subcontratistas que se encuentran en Punta Museo se desconoce lo que está sucediendo internamente en Yama. Ninguno de los miembros con los que se pudo charlar en la obra conoce sobre los objetivos, visión y misión de la empresa a la que pertenecen, de la constructora o de Yama; desconocen el significado del nombre, colores y logo de su empresa o el de Yama; dando la impresión de que no es por falta de importancia o preocupación, sino por falta de interés al no tener utilidad práctica; algunos de ellos preguntaron “¿y eso como pa’ que?”, ya que su conocimiento no les aporta beneficio alguno práctico, tampoco les ayuda a realizar sus actividades y así han laborado toda su vida, sin saberlas ni darles importancia; lo anterior lo podemos atribuir primero porque a la empresa no le ha interesado darlos a conocer, suponemos que no

considera sea necesario o no le interesa la identidad de los trabajadores de otras empresas hacia la misma y por otro lado, podemos atribuir a los orígenes de los obreros y albañiles quienes muchos provienen del campo donde normalmente no son contemplados estos aspectos.

Gerardo, el residente nos comentó sobre este tema:

“Pa que te miento, si me dijeron de la misión y eso, ni me acuerdo, y no creo que a los obreros les interese o si Flores tenga algún objetivo que no sea tener trabajo, ganar una feria y mantener a su familia y darse sus lujitos”. Raymundo expresó al respecto: “Nunca me he preocupado por ese tipo de cosas, es más importante supervisar que las cosas se realicen lo mejor posible, con muy buena calidad y en tiempos, cuidar a los empleados, su seguridad... estos temas de seguridad y cuidarse que les debería de importar porque les va la vida, les vale, que esperas de que se interesen en la visión o misión”; Alejandra, la auxiliar de residente respondió: “Alguna vez creo que me las dijeron, pero estaba tan preocupada por mis funciones y lo que se esperaba de mí en el nuevo puesto, que no puse mucha atención”. Gerardo

De las respuestas sobre identidad corporativa, imagen corporativa y algunos aspectos de cultura organizacional que se manejan de manera formal, interpretamos que al ser desconocidas al igual que su propósito por todos los niveles jerárquicos en la obra, no afecta a la identidad organizacional de Yama o la empresa que los contrata; para muchos trabajadores subcontratistas, su interés es hacer bien las cosas sin importar a que empresa pertenecen o para quien están laborando ya que existe mucha rotación, mientras los sigan contratando por realizar su trabajo; para los trabajadores subcontratistas en Punta Museo también les interesa realizar muy bien su trabajo y no ser despedidos, ya que al haber colaborado en distintas obras, prefieren estar relativamente más tranquilos en empresas que trabajen para Yama, quien ha generado como parte de su identidad compromiso y solidaridad, y es que los valores al ser juicios éticos sobre situaciones imaginarias o reales por su grado de utilidad tanto individual como del grupo de trabajo, se sienten más inclinados. Los valores se desarrollan en condiciones muy complejas y son una de las variables que más afectan a la Identidad en Punta Museo, y es que al ser los valores de

los miembros y en especial los de sus dirigentes, donde la voluntad y perseverancia siempre serán necesarios para ponerlos en acción.

Por lo tanto, los valores son factores que definirán la manera de cómo debe comportarse dentro de la obra y una fuerza impulsora del cómo se deberá realizar el trabajo, los valores tanto formales como informales, funcionan como guías para la toma de decisiones, evitan conflictos entre el personal, brindan las pautas y los límites durante el trabajo y sugieren los niveles de cumplimiento en las metas establecidas, por lo que promueven un cambio de pensamiento y muestra a los miembros de la obra lo que pueden y lo que no deben hacer; dan forma ante los criterios individuales de los trabajadores los sentimientos y actitudes hacia Punta Museo, las empresas y las personas que ahí laboran. Los valores que encontramos en la obra y que son generadores de Identidad, como la libertad de acción, el salario, la oportunidad laboral, la confianza, el respeto y el trato; son elementos que muestran como los valores compartidos brindan a los integrantes de Punta Museo la facilidad de organizarse y adaptarse a la forma de trabajo, orientan el compromiso y las expectativas de los trabajadores, algunas de sus actitudes y motivaciones de laborar en un espacio organizado como es Punta Museo.

Los valores compartidos, por una parte, la identidad dominante de Yama por la otra, en conjunto con las identidades de las dos empresas con mayor cantidad de personal, la de los subcontratistas Tasajistas, aunado a las distintas interacciones de la red y el modelo de negocio, configuran la forma de trabajar entre estas tres empresas principalmente; el buen manejo de sus comunicaciones les ha permitido promover el aprendizaje continuo la disminución de la rotación de albañiles y obreros especializados, permitiendo configurarse la identidad temporal hacia la obra Punta Museo en específico y en general hacia colaborar con la constructora, a quien se reconoce como fuente proveedora de trabajo continuo y la seguridad económica, de salud y social que esto representa.

Este último factor que parece afectar en el sentir de los miembros en Punta Museo, se trata sobre el aspecto de la colaboración, es decir, el poder colaborar para la empresa Yama y la continuidad de trabajo que esta brinda, acompañado de las relaciones interpersonales que se llegan a tener con miembros destacados de la inmobiliaria, a quienes se llega a pensar que son a los que finalmente se les debe de entregar calidad y resultados, más que a los miembros de la constructora, por lo que interpretamos que la identidad dominante es la que han desarrollado la alta dirección de YDI como empresa y no tanto las desarrolladas por la constructora, ventas o cualquier otra área de la compañía, o la que se busca tener con el cambio organizacional que pretenden con la marca YAMA, lo anterior se refleja en el comentario de Alejandra que expresó:

“La Desarrolladora tiene presencia en la obra, aunque apartada dentro del proyecto de forma física, su presencia es notoria cuando son los recorridos con los dueños de Punta Museo, y aunque ya no forman parte de los trabajos de aquí en la obra, son los que a veces hacen más observaciones”. Alejandra

Flores, al respecto menciona que *“en las obras que he trabajado para Yama, la presencia de la gente de la inmobiliaria, es como si estuvieran los dueños, pero son peores porque ellos conocen de calidad y de los acabados”.* Si bien varios de los trabajadores en Punta Museo muestran gratitud a pertenecer al personal de su tasajista, muestran orgullo de pertenecer a su cuadrilla y se tiene como mejor posicionamiento y respeto entre ellos al tener mejores relaciones con el personal destacado de la inmobiliaria. La cultura de la organización y la estructura social informal, independientemente o de forma combinada, afectan a los miembros de la organización: es a través de las relaciones interpersonales, la comunicación, el trato diario, la resolución de problemas, los éxitos grupales y el tener un ambiente laboral propicio, el alinearse al reglamento informal, la adaptación y adopción del sistema de trabajo, el seguimiento de la cadena de mando, mantener el lugar de trabajo limpio y ordenado, son factores que moldean sus identidades organizativas y se convierten en una limitación o una

oportunidad para la realización de las tareas en Punta Museo. Las respuestas que giran en torno al tipo de relaciones que son requeridas para conformar la obra, nos hablan de lo anterior y se aprecian dos puntos a tomarse en cuenta, el primero muestra la importancia de la comunicación y de mantenerla con todos los miembros; el segundo punto, refleja parte de los valores compartidos que se viven en Punta Museo, no son de carácter obligatorio y aunque son informales, son necesarios para la buena relación y el buen desempeño del grupo de trabajo.

Parte de la identidad de Yama ha sido adoptada por los subcontratistas y tiene que ver con tres elementos principales: calidad, seguridad del personal y resultados esperados. También se puede incluir que la comunicación entre organizaciones es muy importante, por lo menos la que se conforma entre la residencia, los encargados y mandos medios; el que los encargados tomen en cuenta sugerencias y se te permita llevarlas a cabo, es muy apreciado por los miembros de Punta Museo sin importar la empresa a la que se pertenece, y estos dos puntos anteriores, reflejan la postura de Yama sobre la contratación de personal especializado, al que se le permite aplicar los conocimientos y desarrollarlos para lo que fueron contratados sin tener que recurrir a la sub-subcontratación de personal.

Villegas comentó:

“Siempre se nos ha pedido que se realicen los trabajos con una excelente calidad, en tiempo y con los avances esperados, también me piden que se cuide al personal de accidentes, además de exigirme que sean capacitados en materia de seguridad y de preferencia que sean muy buenos haciendo la chamba, no como en otras obras que lo único que les interesa es que ya se acabe y ganar mucho dinero, claro que sin accidentes porque estos manchan el nombre de la empresa, no porque les preocupan las personas.” Villegas

Flores nos comentó:

“Desde mi primer día, el ingeniero que me contrato y a mis chavos, fue muy directo al decirme que buscaban contratar a los mejores realizando las labores, que fuéramos cuidadosos con el trabajo, pero que fuéramos más cuidadosos con las vidas de los demás y sus propias vidas, que exigiera se cumpla el trabajo, pero siempre cuidándonos, que se le tiene que echar muchas ganas y hacerlo con la mejor calidad,

la calidad es lo que nos mantiene con trabajo, no el dinero, porque hay lana para pagar pero está limitada y entre todos la debemos cuidar, pero sin calidad no hay nada". Flores

Sobre el comportamiento que se debe mantener en Punta Museo y cuáles son las cosas importantes a la hora de realizar sus funciones, lo que valoran los jefes, lo que no les gusta a los patrones, las cosas que les son permitidas y las que no, su sentir y pensar sobre trabajar en punta museo y sobre su oficio o profesión, encontramos que por el modelo de negocio y la forman en que se estructuran las labores, existen más variables que la posición y proximidad; la serie de percepciones, sentimientos, actitudes, hábitos, creencias, valores, tradiciones y formas de interacción dentro y entre los grupos existentes en la obra; la antigüedad en el oficio, el grado de conocimiento del mismo y las preferencias personales dentro de alguna modalidad del oficio, el tiempo desarrollándolas y la formación, la estabilidad y la continuidad laboral, la percepción hacia el salario percibido y el laborar en un ambiente agradable son algunas de las variables que se pueden identificar de la identidad organizacional configurada en el espacio organizado de Punta Museo y mostrada por los patrones repetitivos del comportamiento individual y de relaciones interpersonales, que los colaboradores de las diferentes empresas van reflejando el significado no reconocido de la vida organizacional por medio de las interacciones entre la red y la identidad.

Los trabajadores de Punta Museo se sienten con libertad de realizar sus labores sin que exista un capataz que los esté apurando; Los nuevos integrantes en la obra se van adaptando a lo que los demás hacen, muchas de las reglas y valores son informales y los mismos trabajadores sancionan a los transgresores. La libertad de realizar las labores permite desarrollarlas buscando uno de los valores no escritos que es el de la calidad. Así, la identidad organizacional formada en Punta Museo, está influenciada por el pensamiento consciente como la forma en que se relacionan las personas en el trabajo,

principalmente motivada por pensamientos y sentimientos inconscientes dependientes de la transferencia de emociones que se dan bajo la estructura organizacional, por lo que no es bien visto las faltas de respeto y al reglamento interno de la obra, aunque expresan que es muy sencillo y fácil de comprender, se trata de cumplir sin segundas oportunidades. En referencia a la realización de los trabajos planeados en tiempos, costos y con la mejor calidad posible, cuidar la seguridad propia y la de los compañeros, así como la solidaridad y la confianza, son apreciados por parte de la residencia y los tasajistas; lo anterior nos lleva a verificar que la cercanía e interacciones constantes entre diferentes grupos y oficios durante cierto tiempo da lugar a identidades parecidas.

Al contrastar la edad del trabajador con la antigüedad laborando en el oficio y el tiempo de laborar en obras de construcción, se encontró que los trabajadores de mayor antigüedad, en cualquiera de las variables hablan del oficio en primer término y luego hablan de alguna especialidad, a diferencia de los trabajadores de mediana y menor antigüedad, así como los aprendices, dan mayor importancia a la especialidad, sobre lo que están aprendiendo o el puesto que desarrollan, por lo que valoran el aprendizaje que se les brinda, pero sin mencionar el oficio o lo menos que pueden.

La identidad que se forma en el oficio, forma parte de las creencias y formas de percibir situaciones, convirtiéndose así en normas, las cuales no se modifican fácilmente, ya que puede tardarse varios años, puesto que conlleva a modificar o cambiar valores, símbolos, conductas, formas de pensar, actuar y vivir; es decir, son la suma determinada de valores y normas compartidas por personas que desempeñan ciertas labores con sus muy particulares formas de trabajar, las cuales controlan la manera en que interaccionan unos con otros, así como con el entorno de la organización, por lo que podemos interpretar de un rompimiento entre la tradición del oficio con la especialidad; especialidad a la que hoy en día se le da mayor importancia, alejando términos de oficios que representan a lo

antiguo en contraste con lo actual, son términos como albañil, obrero, plomero, eléctrico, entre otros a los que los jóvenes parecen huirles, buscando términos más actuales aunque se refieran a las mismas acciones, como nos comentó Israel, instalador de aislantes en ductos:

“Mira, para las empresas que instalan calefacción y aire acondicionado, normalmente nos dividimos en tres oficios principales, se encuentran los plomeros o tuberos, quienes colocan las tuberías por donde correrá el agua caliente o fría; se encuentran los instaladores de los ductos por donde circulará el aire, conocidos como hojalateros o “ducteros” y por último están los instaladores de material aislante para los ductos de aire y tuberías, eliminando fugas de aire, pérdida de calor o aumento del mismo, por lo tanto, nos llaman forradores; pero si a mi equipo les preguntas de que trabajan, cuál es su oficio, nadie responde que aire acondicionado o calefacción, todos contestan en base a la especialidad, y nos auto llamamos: técnicos en materiales dúctiles y aislantes, y nos dedicamos a la instalación de los mismos, yo siento que esto nos hace trabajar con más ganas y le inyectamos valor nosotros mismos a lo que hacemos y tratamos que los demás lo vean.” Israel

Oficio y especialidad, habilidad y maestría, antigüedad y jerarquía, también son variables que van desarrollando identidad entre los individuos y grupos dentro de la obra, es posible hablar de ellas aisladamente, pero estas se encuentran estrechamente relacionadas y forman parte del pensamiento de la albañilería o tener un oficio diferente. El sentido de pertenencia del oficio mantiene a los individuos en constante búsqueda de desarrollar mejores habilidades y obtener la maestría de realizar las labores, así como la de dirigir al personal, el reparto de las labores y el reconocimiento de alcanzar la especialidad y la maestría; con la especialidad según Don Richard, encargado de instalaciones sanitarias nos dio su opinión:

“Los maestros especialistas, te dedicas a unas cuantas cosas, pero no abarcas toda la visión del oficio, pero esto a los chavos ya no les interesa, ya que con sus conocimientos por fuera de las obras pueden cobrar hasta cuatro o cinco veces más un trabajo, porque son los mejores haciéndolo y se va pasando la voz, lo malo es que no siempre hay esta clase de trabajos donde te puedes lucir y creo que debemos ser más prácticos y saberle de todo, y normalmente conseguirás trabajo”. Don Richard

Con lo anterior, podemos verificar que quienes están sujetos a influencia social por proximidad o por equivalencia van desarrollando identidades similares y adoptando las

novedades generacionales; en Punta Museo el desarrollo de identidades similares por proximidad se da al ir adoptando el qué, cómo y por qué se hacen las cosas, así como el cómo y por qué de los actos, y esto está relacionado con la identidad hacia la empresa contratista y la identidad de la empresa subcontratada y la naturaleza de las conexiones o desconexiones emocionales que presentan entre ellas.

José nos comentó:

“Se ha logrado reducir la rotación de personal, balanceando los trabajos y no manchándonos con los ayudantes o los de nuevo ingreso, ya no les cargamos la mano, somos equipo y mientras más mejor trabajemos, van aprendiendo más y mejorando y eso buscamos; creo que es mejor cuidar a los que trabajan bien y darles oportunidad a los nuevos, que cargarles la mano y no dejarlos avanzar”. José

En Punta Museo, las fiestas del santoral más importantes son respetadas, permitiendo que se realicen comidas con horario extendido; La constructora junto con los contratistas brinda dos comidas para los trabajadores cada año, una el 3 de mayo y la otra el 12 de diciembre y son fechas especiales para los trabajadores de la construcción tanto religiosas como distintivas del gremio y refuerzan el sentimiento de pertenencia a la fuerza trabajadora de la industria de la construcción y las creencias religiosas del sector.

Las altas expectativas que se tienen con los trabajadores en el interior del proyecto Punta Museo, hace pensar en diferentes identidades, identidad del oficio o de la profesión, identidad generada hacia la empresa generadora de trabajo Yama, identidad a la empresa a la que se pertenece y brinda trabajo, identidad al espacio físico donde se desarrollan las labores y que con el paso de tiempo y la permanencia en el lugar se adopta como lugar de trabajo independiente de las empresas; identidad con las personas con las que se interactúa diariamente, y esta suma de identidades se reconfiguran en la identidad organizacional del proyecto Punta Museo como espacio organizado.

Los vínculos formados con una serie de proveedores y fuerza de trabajo con estándares similares de tiempos y calidad en los trabajos desarrollados, les permite seleccionar a los

equipos de trabajo específicos para las necesidades muy específicas del proyecto, esto aunado a la estructura organizacional adoptada en Punta Museo y el buen manejo de la comunicación, donde la información y las necesidades son transmitidos a la mayor cantidad de trabajadores dentro de la red organizacional, es importante recordar que las tramas se refieren a la cantidad de nodos que se generan, si bien Yama como empresa principal que contrata y supervisa a las demás, en Punta Museo, la cantidad de nodos y por tanto de interrelaciones, son esporádicos y en la categorización, si bien el residente aunque pertenece a Yama y representa sus intereses, como individuo, es quien tiene dentro del proyecto la mayor cantidad de nodos enlazados y es quien tiene la relación directa con las demás empresas dentro del proyecto y para comunicarse con las oficinas, además del uso de telefonía celular, es quien se traslada a las oficinas principales de la constructora, los días miércoles, por tal motivo es que se realizan las siguientes distinciones, visualizadas en la siguiente figura 19:



Figura 19. Categorización de tramas en la red organizacional propuesta por Allen. Fuente elaboración propia.

La configuración temporal de la red en Punta Museo a través del tiempo, ha ido adoptado la forma de trabajo del modelo de negocio tipo Goliat y va reconfigurándose al ir integrando empresas a sus labores diarias o perdiendo nodos a medida que estas terminan labores; el residente se constituye como el individuo con el número más grande de interacciones, independientemente si estas son inter o intragrupal, conformando lo que denominamos una trama Estrella. Los contratistas representan organizaciones que se conecta con otras, de tal modo que conecta a dos o más organizaciones de un mismo grupo, formando tramas Puente, siendo el contratista Flores encargado de la cimbra, quién conecta con Yama a través del auxiliar del residente y tiene relación con la empresa Cementos Moctezuma, la cual provee de cemento a la obra; a su vez mediante otro nodo tiene relación con su maestro de especialidad de cimbra quien a través de una trama

puente tiene enlace con la empresa Cementos Moctezuma y en el otro nodo se relaciona con el laboratorio de cemento del Instituto Mexicano del Cemento y el Concreto (IMCYC), esta última organización presenta una trama aislada al no participar frecuentemente en las redes de comunicación y si bien generalmente este tipo de trama presenta un único vínculo, IMCYC entrega resultados al residente pero el mayor contacto lo tiene con el maestro de especialidad de cimbra, quien es el que se encarga de entregar las muestras del cemento y concreto utilizados. Otras organizaciones que presentan enlaces del tipo trama aislada sería la empresa Vegusa que, renta vehículos de maquinaria industrial y CMS que proveen personal de vigilancia y podríamos incluir a los maestros de especialidad del contratista Villegas, quienes llegan a tener contacto con el personal de residencia de la obra. Los auxiliares del residente e YDI forman el vínculo que une varias organizaciones o a individuos, pero tienen más vínculos con grupos diferentes que con un único grupo, pueden ser representadas en la trama unión.

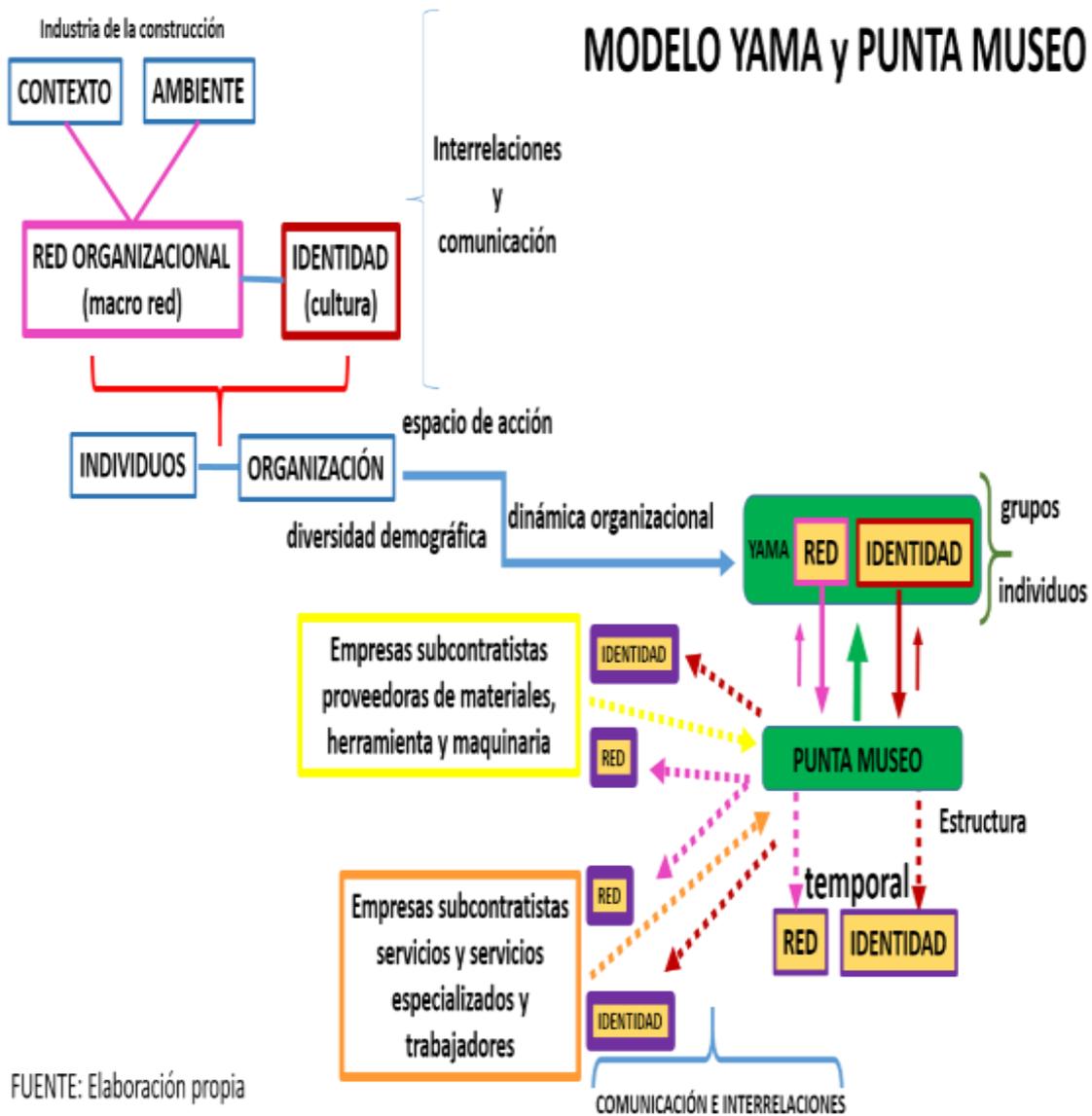


Figura 20. Modelo Yama y Punta Museo Red e Identidad. Fuente elaboración propia

En la figura 20, podemos observar que el ambiente y el contexto de la industria de la construcción posee su red organizacional, que como ya hemos mencionado nos referimos a ella como macro red y donde la diversidad demográfica como lugares donde se realizan las obras, como los lugares de nacimiento de los individuos que laboran en ellas, por lo que el espacio de acción donde se realizan las interacciones entre empresas dotan a Yama de ciertos nodos adquiridos de la macro red, a los que se le agregaran nuevos y prescindirá de otros, por lo que la identidad generada por el sector de la construcción se distribuye

por la red y permea tanto a los individuos, grupos y organizaciones, pues es a través de las interrelaciones y la comunicación directa o indirecta, y de las acciones de inversionistas, clientes, gobierno y de los sectores económicos, quienes van aportando a la configuración de la dinámica organizacional la diferenciación entre las distintas empresas constructoras, proveedoras de materiales, herramientas, maquinaria y subcontratistas de servicios y trabajadores, por lo que la identidad de las organizaciones y sus miembros se va reconfigurando al presentarse en una obra. Al tener Yama un modelo de tipo Goliat, cuando se encuentra como contratista de una obra, las características de la estructura seleccionada le brindan la ventaja de que la identidad Yama al presentarse más constituida, es reforzada por las demás organizaciones de su red y por la identidad temporal generada en la obra por sus miembros, manteniéndose fuerte frente a las demás empresas, quienes a su vez, adquieren parte de la identidad de Yama reconfigurando y adaptando su propia identidad organizacional.

Se anexa en página 166 de éste trabajo una línea de tiempo mostrándose como se fue desarrollando la investigación.

REFLEXIONES FINALES

Del análisis de las organizaciones que conforman al proyecto Punta Museo, del análisis e interpretación de las entrevistas, entendidas como conversaciones con los individuos que en ellas laboran, intervienen e interactúan, existen diferentes redes organizacionales que se van integrando, desarrollando, configurando y reconfigurando a partir de la red generada por el sector de la industria de la construcción, de forma tal, que a medida que se va generando y desarrollando el proyecto de construcción, se van integrando empresas y se van sumando las redes organizacionales propias de las diferentes organizaciones que se van dando cita, como pueden ser los proveedores, empresas subcontratistas, gobierno, entre otras; una vez iniciada la construcción como tal en el sitio, las necesidades específicas del proyecto van surgiendo, formándose una red organizacional temporal del proyecto, donde algunos nodos van fortaleciendo las relaciones, otros se mantienen constantes y algunos nodos se tornan latentes. Podemos entender que en el espacio organizado del proyecto de construcción Punta Museo, conforme a la participación de los individuos en redes de negocios y profesionales, sus ideas tienden a homogeneizarse, si bien hay factores de identidad que son al mismo tiempo diferenciadores como lo son las cualidades, principios o creencias propias de los oficios y las diferentes especialidades que intervienen en la obra, así como las propias de los individuos y grupos de trabajo, y estos brindan una diferenciación entre los trabajadores; en contra parte, la complementariedad, la conectividad y la interdependencia, constituirán las herramientas con las que el conjunto de trabajadores en Punta Museo permitirán adoptar valores compartidos que guiarán u orientarán las decisiones, acciones y conductas de sus miembros a partir de la identidad y los valores de Yama como empresa contratista para luego irse sumando las identidades y valores de las diversas empresas sub contratadas que intervienen en la obra, del contraste con diferentes

obras y lo presentado sobre las teorías mostradas en este trabajo, se tomaron en cuenta a autores representativos de habla inglesa, también se tomaron las ideas de autores latinoamericanos, que en conjunto con lo encontrado en campo, se pudo observar que en Punta Museo, el empleo externo, denotando contratos tales como trabajar fuera de las instalaciones de la obra, prestar servicios especializados o como empleados de empresas sub contratistas temporales, disminuyen la relación y el apego entre el trabajador y la empresa para la que se realiza el trabajo, cumpliéndose con la tendencia hacia el menor tamaño de la organización central siendo compatible con la propensión a subcontratar las tareas y a usar mano de obra independiente.

Consideramos que la investigación cumple con los objetivos particulares al mostrar que no todos los integrantes de la red aportan algo a la red temporal, en Punta Museo es más importante la pluralidad de funciones de sus contactos que la cantidad de estos para alcanzar mayores beneficios, es decir, Yama puede obtener de la red del sector de la industria de la construcción, varias empresas registradas que se dediquen a realizar la cimbra, pero no todas cuentan con el personal suficiente para encargarse del proyecto por sí mismas, por lo que tendrían que sub-subcontratar personal a otras empresas, por lo que no todas las empresas podrán cumplir con los requisitos específicos para realizar los trabajos necesarios para desarrollar el proyecto, por lo que dentro de la red de Yama, pueden existir varios subcontratistas registrados y solo unos pocos de ellos cuentan con la especialización y cantidad de personal, así como la estandarización en tiempos y calidad que son específicos y requeridos, en este caso para el proyecto de Punta Museo, por lo tanto no es la cantidad de contactos lo que busca Yama con su modelo de negocio, sino la pluralidad de contactos con las funciones, características y valores para cumplir con las necesidades y especificaciones de calidad y tiempos de entrega, por lo tanto, las relaciones interorganizacionales de cooperación, buscan ser funcionales a la constructora

y a su vez, que le sean funcionales a las mismas empresas a ser contratadas, adaptando entre todas sus propias necesidades, comprobándose que las relaciones interorganizacionales en Punta Museo son un medio para adaptarse y no simplemente para responder a las presiones ambientales.

La investigación cumple con el objetivo general de identificar las convergencias y especificidades de la identidad en diferentes niveles de agregación propias de la realización de una obra dedicada a la construcción de edificios y casas, en la que participan varias empresas, que van del trabajador independiente a las redes organizacionales que la conforman al mostrar que en Punta Museo la cantidad de organizaciones que laboran es muy reducida, al igual que la cantidad de trabajadores, por lo que la red organizacional favorece el desarrollo integral de la identidad organizacional, que en este caso es el de la constructora, la cual puede ser considerada como actor representar al corporativo de Yama, y hacerse a sí misma presente a las demás organizaciones, a sus miembros como a los propios; de esta manera podrá tomar decisiones a partir de sus propias capacidades y prácticas comunicativas que serán representadas, en Punta Museo, por el Director de obra y el Residente de obra, por lo que la identidad de Yama como corporativo prevalecerá sobre las empresas que contrata, modificando la forma de laborar de los contratistas y proveedores, quienes se adaptaran a las necesidades de calidad, seguridad, tiempos y presupuestos que son exigidos por medio de la constructora, pero al mismo tiempo, se reconfigura la identidad de Yama y de la obra Punta Museo, al incorporar equipos de trabajadores abiertos a la innovación de técnicas y especialización por áreas, evitando a los trabajadores multifuncionales y la subcontratación por parte de las empresas contratadas, prescindiendo de los trabajadores que no mantengan los mismos valores y que no se adapten al trabajo en equipo y al sistema de trabajo, al intercambio de conocimientos, el respeto y la confianza, por lo que

en Punta Museo, podría decirse que la identidad organizacional, se comienza a configurar cuando el individuo entra en contacto con la obra y comienza a interactuar en la red enriquecida entre sus miembros y que es cuidada y mantenida por los mismos, brindando beneficios derivados de la cooperación entre organizaciones y entre sus miembros, conformando la red organizacional, que si bien es temporal, va más allá de ellos y afectan a la Identidad, confirmándose la teoría expuesta en la investigación y uno de los objetivos particulares al identificar la forma en la que la red organizacional favorece el desarrollo integral de la Identidad; pues en cada relación entre las empresas, aun cuando no deje beneficios aparentes para alguna de las partes, la esencia de esta interacción permanece, y aunque el cambio no sea palpable, sus efectos quedan en la estructura interna de las organizaciones y de sus miembros.

En Punta Museo se logró detectar distintas identidades como la identidad organizacional de Yama, la identidad que presentan las diferentes empresas que colaboran en Punta Museo, las identidades que los distintos oficios y profesiones forman, la identidad que se genera hacia y con las personas con las que se interactúa diariamente, la identidad que se desarrolla con el tiempo hacia el lugar donde se realizan las labores diarias, es decir, la obra; y al irse integrándose por medio de las interrelaciones y la comunicación, esta suma de identidades van configurando la identidad organizacional del proyecto Punta Museo, también se mostró con la investigación que la industria de la construcción no podría darse sin las redes organizacionales, a medida que las necesidades económicas y del país se van ampliando, las necesidades de las constructoras, subcontratistas y proveedores, necesitan cada vez más de lograr obtener múltiples relaciones, las cuales ya se están realizando entre múltiples empresas, hecho que durante el trabajo de campo pudimos analizar y mostrar en este trabajo como terciarización, siendo uno de los factores importantes a tomar en cuenta en este sector debido a la

necesidad de las organizaciones que lo conforman a concentrarse en realizar lo que mejor saben hacer, dejando a otras empresas atender muchos de los aspectos que no se relacionan con la actividad principal del negocio y delegar en mano externa especializada las tareas y trabajos en manos de expertos.

Desde la perspectiva de los Estudios Organizacionales, el fenómeno de las redes organizacionales y la Identidad en el espacio organizado de la obra de construcción Punta Museo, a través del estudio de caso pudimos cumplir con los objetivos de la investigación al poder estudiar las particularidades, especificidades, complejidad y problemática del fenómeno de las redes organizacionales y la Identidad en Punta Museo a partir del análisis teórico y empírico. También se pudo identificar, caracterizar y analizar las variables que intervienen en dicha obra y los elementos que se integran en la dinámica organizacional e identificar cómo se construyen en función de la red organizacional y la Identidad.

Como se ha mencionado con anterioridad, el descubrimiento de los modelos de negocio de las empresas constructoras, nos permitió enfocarnos al análisis e interpretación de las interacciones que se realizan entre la red y la identidad en Punta Museo, permitiéndonos plantear posibles líneas de investigación que por espacio del trabajo y tiempo no pudieron ser cubiertas y que nos alejaban del objetivo de nuestra investigación, por lo que dejamos abiertas las siguientes dudas, en el siguiente apartado:

Futuras líneas de investigación

¿Los modelos de negocio de las organizaciones en general pueden servir como herramientas de investigación para ser tomados en cuenta en otros estudios, al brindar esta herramienta utilizada por los emprendedores, puntos particulares y muy específicos de las organizaciones, al conjuntarse de manera visual en el llamado “lienzo del negocio”, diferentes elementos que pueden mostrar tanto la identidad de la organización como sus

red se socios, los canales de comunicación y de distribución por una parte, por otra presenta los problemas a los que se enfrentan, las actividades clave y soluciones que brindan a sus clientes, sus ventajas y diferencias con otras organizaciones o competidores, así como los segmentos de clientes, sus métricas clave y recursos, brindando un panorama de la estructura de la empresa, sus flujos de ingresos y estructura de costos?; También nos surge la duda en particular sobre el sector de la construcción, ¿por qué se elige trabajar en base a un modelo de negocio, que en el caso de Yama se encuentra en lo que se conoce como tipo Goliat, y si esto tiene que ver que como empresa el motivo de atender obras chicas a medianas se debe a la cantidad de trabajadores a contratar, si esto cambia cuando realiza obras medianas a grandes, o es por otros motivos como podría ser que esto les ayuda con impuestos o algún otro motivo?, otra línea de investigación nos conduce al planteamiento que se realizó al encontrar diferencias muy marcadas con obras donde intervienen muchas empresas por lo que nos preguntamos ¿Qué sucede a la identidad y a las redes de una organización de la industria de la construcción en particular, cuando se encuentra en un espacio organizado como obra donde existe la sub subcontratación y confluyen más de veinte empresas colaborando, ya que la empresa por un lado se encuentra el corporativo y por otra parte se encuentran los colaboradores desarrollando trabajos en la obra, por lo que el fenómeno de la diferenciación será un aspecto muy importante a tomarse en cuenta?

REFERENCIAS

- Andrews, S., Basler, C. y Coller, X. (2002). Redes, cultura e identidad en las organizaciones. En Reis: Revista española de investigaciones sociológicas, ISSN 0210-5233, N° 97, 2002, pp. 31-56
- Allen, T.H. (1976). Communication Networks – the Hidden Organizational chart. Citado por Waldstrom Christian, (2001), Informal Networks in Organizations. A literature reviews. pp. 31-35. URL www.org.hla.dk/org/ddl
- Arcudia, C. E., Pech, J., Álvarez, S. (2005). La empresa constructora y sus operaciones bajo un enfoque de sistemas. Artículo de Divulgación Arcudia et al./ Ingeniería 9-1 (pp. 25-36).
- Blaschke, S., Schoeneborn, D., Seidl, D. (2012). Organizations as networks of communication episodes: Turning the network perspective inside out. Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-67567> Journal Article
- Burt, Ronald (1992). The Social Structure of Competition. En Networks and Organizations Structure, Form, and Action, Edited by Nohria and Eccles. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press. pp. 57-82
- Burt, Ronald (2000). The Network Structure of Social Capital. University of Chicago p. 2
- Cachia, R. (2010). Las redes personales a la luz del análisis de redes sociales. Universidad de Sevilla en Elementos para el trabajo en red Apuntes desde el análisis de redes sociales Molina, J. L. & Maya Jariego, I. (Eds.) REDES, Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales Volumen especial. Diciembre de 2010
- Cano Pino, G. y Bauzá Vázquez, E. (2010). De la identidad organizacional a la comunicación corporativa en Contribuciones a la Economía, junio 2010 en URL <http://www.eumed.net/ce/2010a/>
- Casalet, Mónica. (2004). Los desafíos de la economía del conocimiento en el contexto institucional: de la jerarquía a la flexibilidad organizativa. Revista mexicana de sociología, 66(3), 565-588. URL http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-25032004000300005&lng=es&tlng=es
- Centro de estudios económicos del sector de la construcción, CEESCO. URL <https://www.cmic.org.mx/cmhc/ceesco/index.htm>

- (2012) Los retos de la infraestructura en México 2013-2018.
- (2016) Diagnóstico del Sector de la Construcción y Propuestas para el Impulso de la Infraestructura en México (Resumen ejecutivo)
- (2017) Reporte de la Actividad Económica de la Industria de la Construcción Período: Enero – Octubre de 2017.
- (2018) Compendio económico del sector de la construcción.
- Ranking mundial de competitividad en infraestructura 2018-2019.
 - Infraestructura el proyecto que México necesita.
 - Situación actual y perspectivas de la Industria de la Construcción al cierre de 2018.
- Cimoli, M. (2005). Heterogeneidad estructural, asimetrías tecnológicas y crecimiento en América Latina. Editor. BID, UN CEPAL, 2005-11, No. 35, series documentos de proyectos.
- Contractor, N. S., & Eisenberg, E. M. (1990). Redes de comunicación y nuevos medios en las organizaciones. En J. Fulk & C. W. Steinfield (Eds.), Organizaciones y tecnologías de la comunicación (pp. 143-172). Thousand Oaks, CA, US: Sage Publications, Inc.
- De la Garza, E. (2010). Hacia dónde va el trabajo humano y hacia un concepto ampliado de trabajo. México, Anthropos/UAM-Iztapalapa (Cuadernos A, Temas de Innovación Social, 33), 2010.
- De la Garza, E., Neffa J. (2010). Trabajo, identidad y acción colectiva (coordinadores). Clacso, Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa, Plaza y Valdés.
- Díez, E.J. y Domínguez, G. (1996). La cultura de las organizaciones educativas, base para el desarrollo de procesos de innovación y cambio en Manual de organización de centros educativos / coord. por Isabel Cantón Mayo, Ed. Oikus Tau, España. pp. 81-120
- Eco, U. (1994). Signo. Letra e. 2nda. Ed. (ebook) Colombia
- Escobar y Gorostieta, E. (2017) entrevista al presidente de la Asociación Mexicana de Empresas de Capital Humano (AMECH).
<https://expansion.mx/opinion/2017/12/14/opinion-el-reto-de-diferenciar-entre-outsourcing-y-tercerizacion>
- García Martínez, A. (2006) La construcción de las identidades. Secretariado de publicaciones universidad de Sevilla. Cuestiones Pedagógicas, 18, 2006/2007, pp. 207-228

- Giménez, G. (2000). Materiales para una teoría de las identidades sociales. En J. M. Valenzuela (Ed.), *Decadencia y auge de las identidades* (pp. 45-78). México: CFN y plaza y Valdés.
- Giménez G. (2002). Paradigmas de identidad., en Aquiles Chihu Amparán (coord.). *Sociología de la identidad*. Porrúa/UAM-Iztapalapa; México.
- Giménez, G. (2003). *La cultura como identidad y la identidad como cultura*. Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM, México
- Goldhaber, G. M. (1994). *Comunicación Organizacional*. Editorial Diana México, Sexta impresión (pp.30-31).
- Hall, R. (1996). *Organizaciones, Estructura, Procesos y Resultados*. Prentice Hall Hispanoamérica, México.
- Aldrich, H. 1979. *Organizations and Environments*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, p. 280 y 281
- Hatch, M. J. (1997). *Organization Theory. Modern, symbolic and postmodern perspectives*. Oxford University Press, Oxford New York, (pp. 2-12).
- Hardy C., Lawrence, T. B. y Nord, W. R., *Handbook of Organizations Studies*. Sage, London, (pp. 577-597).
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. 6ª edición. McGraw-Hill / Interamericana editores.
- Ibarra, Herminia, (1992). *Structural Alignments, individual strategies, and managerial action: elements toward a network theory of getting done*. En: *Networks and Organizations* (1992), Boston: Harvard Business School Press. P. 165 -170
- Ibarra, H., y Andrews, S. B. (1993): *Power, Social Influence, and Sense Making: Effects of Network Centrality and proximity on Employee perceptions*, *Administrative Science Quarterly*, vol. 38, pp. 277-303.
- Instituto nacional de estadística y geografía INEGI. <https://www.inegi.org.mx/>.
-Sobre la industria de la construcción.
<http://cuentame.inegi.org.mx/economia/parque/construccion.html>
- Censos Económicos (2009). *Los servicios relacionados a la construcción: Censos Económicos 2009 / Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. México: INEGI, c2012. viii, 74 p: il.
- Instituto universitario de investigación. *Biocomputación y física de sistemas complejos*. BIFI Universidad de Zaragoza. 2 de marzo de 2017.
URL <http://www.bifi.es/es/redes-multicapa-y-epidemias-nuevos-enfoques/>

- Jablin, M. F., Putnam, L. L., et al., (1987). Handbook of Organizational Communication. An interdisciplinary Perspective. First Edition USA SAGE Publications. ISBN 0-8039-2387-2
- Cap 10 Organizing ethnography and qualitative approaches. Tracy, S., Geist-Martin, P. p. 245
- Cap 18 Emerge of multidimensional Social Networks. Schumate, M., Contractor, N. p. 449
- Jablin, F. M. & Putnam, L. L. (2001). The new handbook of organizational communication. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- Jepperson, R. (2001). Instituciones, efectos institucionales e institucionalismo en Powell, y Di Maggio (comp.) El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional, Fondo de Cultura Económica, Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Administración Pública, A.C. UAEM, México, (pp. 193-215).
- Jiménez de Vega, Marínela (2006). Red empresarial como estructura para la disposición del sector productivo. En Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol. XII, núm. 2, mayo-agosto, 2006, pp. 268-277
- Leal, A., (1991). Conocer la cultura de las organizaciones: una base para la estrategia y el cambio. Alcobendas (Madrid): Actualidad Editorial, D.L. 1991
- Lévi-Strauss, C., Benoist, J.-M., & Dorriots, B. (1981). La identidad seminario interdisciplinario. Barcelona: Petiel.
- López González, W. (2013). El estudio de casos: una vertiente para la investigación educativa. Educere [en línea], 17 (enero-abril) URL <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35630150004>.
- Marcos Arévalo, J. (2004). La tradición, el patrimonio y la identidad. Revista de estudios extremeños, ISSN 0210-2854, Vol. 60, Nº 3, págs. 925-956
- Metcalfe, J. L., (1976). Organizational Strategies and Interorganizational Networks. Human Relations, 29, No. 4, (abril), 327-43.
- Mintzberg, H. (1991). Mintzberg y la dirección. Ediciones Díaz de Santos
- Muñoz, C. (2015). <https://www.4srealestate.com/uncategorized/4-tipos-de-desarrolladoras-inmobiliarias/>
- Neffa, Julio Cesar (2010) La transición desde los verdaderos empleos al trabajo precario. en De la Garza, Enrique y Neffa, Julio Cesar (coords.) Trabajo, identidad y acción colectiva, México, Editorial UAM- Iztapalapa, Flacso y Plaza y Valdés, p. 43 a 80. (Recepción electrónica)

Newman, M. E. J. (2003). The structure and function of complex networks. Retrieved April 15, 2008, desde:

<http://www-personal.umich.edu/~mejn/courses/2004/cscs535/review.pdf>

Nohria, N., Eccles, R., (1992). Networks and Organizations: Structure, Form, and Action. (eds) Boston: Harvard Business School Press.

Pina-Stranger, Á., Introducción: el análisis de redes interorganizacionales. REDES-Revista hispana para el análisis de redes sociales Vol. 23, #1, diciembre 2012 URL <http://revista-redes.rediris.es>, pp.1-6.

Pfeffer, J. (1981). Management as Symbolic Action: The Creation and Maintenance of Organizational paradigms. *Research in Organizational Behavior*, vol. 3, pp. 1-51.

Pfeffer, J. (2000). Nuevos rumbos en la teoría de la organización: problemas y posibilidades. Oxford University Press.

Pratt, M.G., Foreman, P.O., (2000) Classifying Managerial Responses to Multiple Organizational Identities. *The Academy of Management Review* Vol. 25, No. 1 (Jan. 2000), pp. 18-42

Putnam, L. L, & Mumby, D. et al (2014), *The SAGE Handbook of Organizational Communication, Advances in Theory, Research, and Methods*. 3rd.Edition SAGE Publications, Inc.

— Capítulo 7 Brummans, Cooren, Robichaud y Taylor (2014)

— Capítulo 18 Shumate, M. y Contractor, N. (2003) The emergence of multidimensional social networks. pp.449-474

Ruiz, A. (2007). Entrevista cualitativa: la conversación como forma de acceso al conocimiento Proyecto de Investigación: “Los murales en La Plata: identidad cultural en los espacios públicos”. Secretaría de Ciencia y Técnica de la UNLP

Schein, E., *La Cultura Empresarial y Liderazgo*. Editorial Plaza & Janes. Barcelona, 1988

— (1990): «Organizational Culture», *American Psychologist*, vol. 45, pp. 109-119.

— (1996): «Culture: The Missing Concept in Organizational Studies», *Administrative Science Quarterly*, vol. 41, pp. 229-240.

Scott, S. G., Lane, V. R., (2000). A Stakeholder Approach to Organizational Identity. *The Academy of Management Review*. Vol. 25, No. 1 (Jan. 2000), pp. 43-62

- Smircich, Linda. Conceptos de cultura y análisis organizacional, *Administrative Science Quaterly*, Vol. 28 No. 3 1983 pp. 339-358
- Stake, R. (1999) *Investigación con estudio de casos*. 2ª ed. Ediciones Morata, Madrid
- Taylor, S. J., Bodgan, R. (1984). *La observación participante en el campo. Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados*. Paidós Ibérica. Barcelona
- Terréense, D., Kennedy, A. (1985). *Culturas Corporativas. Ritos y rituales de la vida organizacional*. Fondo Educativo Interamericano, México, (pp. 3-39).
- Van de Ven, A. H., Ferry, D.L. (1980). *Measuring and assessing organizations*; Nueva York: John Wiley and Sons
- Vasilachis de Gialdino, I., Ameigeiras, A. R., Chernobilsky, L. B., Giménez Béliveau, V., Mallimaci, F., Mendizábal, N., . . . Soneira, A. J. (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Gedisa, Barcelona.
- Capítulo 1. Vasilachis de Gialdino, I., (2006). *La investigación cualitativa*. Pp. 23-65
 - Capítulo 2. Mendizábal, N., (2006). *Los componentes del diseño flexible en la investigación cualitativa*. Pp.65-106
 - Capítulo 3. Ameigeiras, A.R., (2006) *El abordaje etnográfico en la investigación social*. Pp. 107-152
 - Capítulo 5. Mallimaci, F. y Giménez Béliveau, V. *Historia de vida y métodos biográficos*. Pp. 175-212
 - Capítulo 6. Neiman, G y Quaranta, G., (2006). *Los estudios de caso en la investigación sociológica*. P.p. 213-238
- Vega de Jiménez, M. (2005). *Las redes, su naturaleza y alcance en la definición de relaciones intersectoriales*. *Revista Espacios*. Vol. 26 (1) URL <http://www.revistaespacios.com/a05v26n01/05260121.html>
- Vega de Jiménez, M. (2006). *Red empresarial como estructura para la disposición del sector productivo*. En *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, vol. XII, núm. 2, mayo-agosto, 2006, pp. 268-277
- Vega, M., & Rojo, Y. (2010). *Contribución al desarrollo local de la conformación de redes intersectoriales*. *Revista Opción*, 26 (63), 105-116.
- Whetten, D. A. (2006). *Albert and Whetten Revisited: Strengthening the Concept of Organizational Identity*. *Journal of Management Inquiry*, 15(3), 219–234.
- Yama. (Mayo de 2019). *Yama*. Obtenido de <http://www.Yama.mx/>

Yama Desarrolladora Inmobiliaria. (mayo de 2019). *Punta Museo*. Obtenido de

<https://puntamuseo.mx/>

Yama Desarrolladora inmobiliaria. (Mayo de 2019). *Yama*. Obtenido de

<http://Yama.mx/Yama-desarrolladora-inmobiliaria-%e2%80%93-quienes-somos.html>

Yin, R. K., (2009) Investigación sobre estudio de casos, diseño y métodos. 2ª Edición.

Applied Social Research Methods Series; Volume 5. SAGE Publications.URL

[Https://panel.inkuba.com/sites/2/archivos/YIN%20ROBERT%20.pdf](https://panel.inkuba.com/sites/2/archivos/YIN%20ROBERT%20.pdf)

Otras fuentes consultadas en la WEB

<https://www.ecured.cu/Edificio>

<http://www.redalyc.org/html/467/46790104/>

<http://www.revistaequipar.com/mexico/contenido-editorial/sergio-armella-sanchez>

<http://www.arquitects.com/elementos-basicos-de-un-proyecto>

<https://es.scribd.com/doc/91092181/Proceso-constructivo-de-un-edificio-de-concreto-armado>

<https://www.eleconomista.com.mx/opinion/La-industria-de-la-Construcción-20180130-0110.html>

<https://www.gestiopolis.com/identidad-dentro-de-la-empresa/>

<http://www.javanguiano.mx/xiv-ciao/wp-content/uploads/2018/07/5.-Redes-organizacionales-e-identidad.pdf>

<http://www.miguelgarcia.xyz/bienes-raices/desarrollo-inmobiliario>

https://brandia.com.mx/portfolio_page/Yama/

<https://www.mrp.com.mx/quienes-somos/>

Cámara mexicana de la industria de la construcción. URL <http://www.cmic.org/>

Nexos fotográficos

Es necesario poner atención en las fotografías la cantidad reducida de trabajadores, siendo que las imágenes fueron tomadas en días laborales cerca del mediodía.



Fotografía 15. Fase final de la demolición, limpieza del lugar proyecto Punta Museo. Fuente Yama 2017



Fotografía 16. Preparación para la fase de excavación. Fuente Yama 2017



Fotografía 17. Fase excavación. Fuente Yama 2017



Fotografía 18. Fase cimentación iniciada y continua la excavación. Fuente Yama 2017



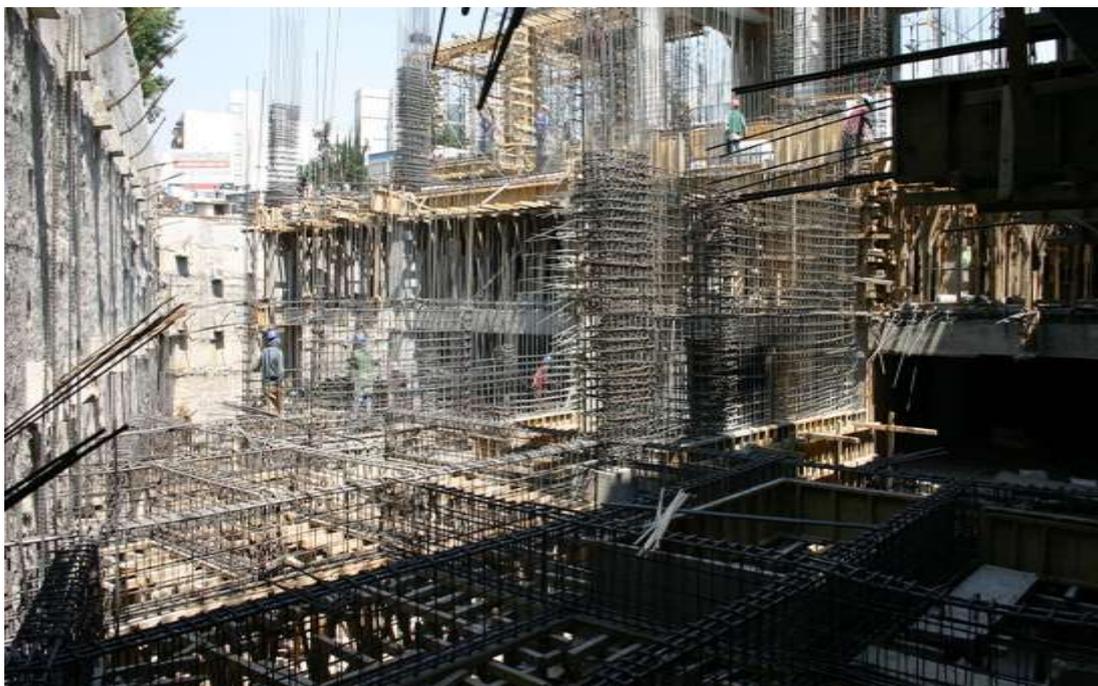
Fotografía 19. Fase cimentación, nótese la poca cantidad de trabajadores. Fuente Yama 2017



Fotografía 20. Avance de la obra por etapas. Fuente Yama 2018



Fotografía 21. Zona de trabajo asignada a un tasajista. Fuente Yama 2018



Fotografía 22. Etapa de trabajo de una empresa subcontratada (tasajista) Fuente: Yama 2018



Fotografía 23. Aspecto de Punta Museo donde es visible muy pocos trabajadores. Fuente Yama 2019



Fotografía 24. Aspecto interior Punta Museo con pocos trabajadores. Fuente Yama 2019



Fotografía 25. Aspecto exterior Punta Museo en mayo del 2019. Fuente Yama 2019



Fotografía 26. Aspecto exterior Punta Museo en julio 2019. Fuente Yama 2019



Fotografía 27. Contraste con la foto anterior del avance de obra de Punta Museo con el diseño del proyecto. Fuente Yama 2017



Fotografía 28. Aspecto del proyecto Punta Museo. Fuente Yama 2017



Fotografía 29. Proyecto Punta Museo con diseño que muestra al Museo del Automóvil. Fuente Yama 2017

ANEXO

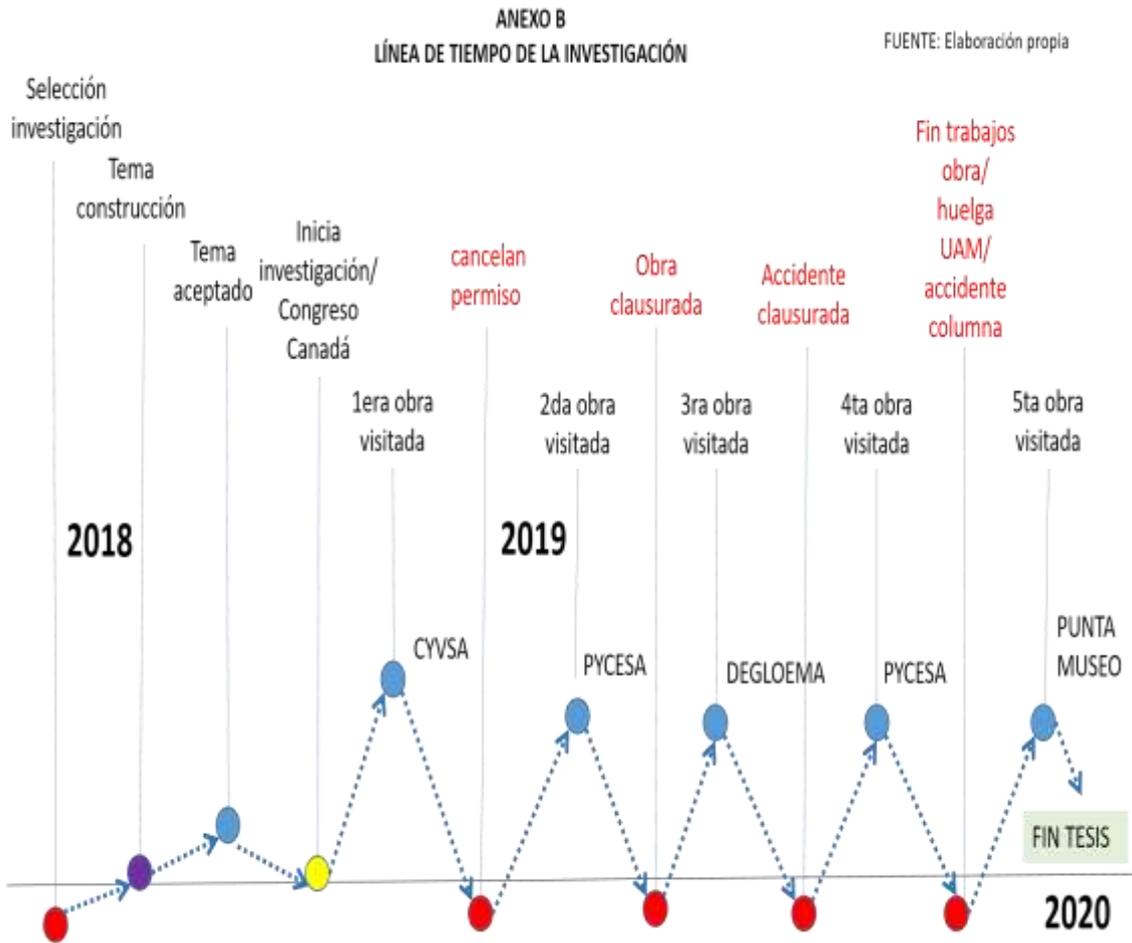


Figura 21. Línea de tiempo de la investigación

ANEXO C

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD IZTAPALAPA

POSGRADO EN ESTUDIOS ORGANIZACIONALES

GUION DE ENTREVISTA A REALIZARSE EN FORMA DE CHARLAS

INVESTIGACIÓN SOBRE REDES ORGANIZACIONALES E IDENTIDAD

CASO: Punta Museo

Núm.
control

FECHA _____ HORA INICIO _____ HORA FIN _____
GENERO MASCULINO () FEMENINO ()

PREGUNTAS GENERALES A TODOS LOS ENTREVISTADOS

¿CUÁL ES SU NOMBRE?

¿DÓNDE TRABAJA?

¿CUÁL ES SU PROFESIÓN?

¿CUÁNTO TIEMPO TIENE LABORANDO EN LA CONSTRUCCIÓN?

¿CUÁNTO TIEMPO DE LABORAR EN ESTA OBRA?

¿ QUE PUESTO TIENE?

¿CUENTA CON TRABAJADORES A SU CARGO, SI ES ASÍ CUÁNTOS?

¿DÓNDE NACIÓ?

¿A QUÉ SE DEDICAN SUS PADRES?

¿PARA QUE EMPRESA LABORA?

¿QUÉ LE GUSTA DE LA EMPRESA Y POR QUÉ?

GERENCIA

¿POR QUÉ LABORA EN EL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN?

¿QUE CONOCIMIENTOS SE REQUIEREN PARA EJERCER SU PUESTO?

¿CÓMO ESTÁ CONFORMADO EL ORGANIGRAMA DE LA CONSTRUCTORA?

¿CÓMO SE DA LA RELACIÓN DE LA OBRA CON EL GOBIERNO Y SUS DEPENDENCIAS?

¿CÓMO SELECCIONAN A LOS PROVEEDORES Y CÓMO ES LA RELACIÓN CON ELLOS?

¿CÓMO SE SELECCIONAN A LAS EMPRESAS QUE SON CONTRATADAS Y CÓMO SE ESTABLECE LA RELACIÓN CON ELLAS?

¿QUÉ TIPO DE RELACIONES SE REQUIEREN PARA CONFORMAR LA OBRA ?

¿QUIÉN CONTRATA AL PERSONAL EN LA OBRA Y QUÉ TIPO DE CONTRATACIONES SE REALIZAN?

UNA VEZ QUE LA EMPRESA CONTRATADA SE PRESENTA EN LA OBRA ¿CÓMO LA INTEGRAN?

¿CÓMO LOGRAN LA COMUNICACIÓN, COORDINACIÓN Y COOPERACIÓN ENTRE DIFERENTES EMPRESAS?

¿QUÉ PASA CON LA RELACIÓN CUANDO UNA EMPRESA TERMINA LABORES?

¿CUÁLES SON LOS OBJETIVOS, METAS, VISIÓN, MISIÓN Y VALORES DE LA EMPRESA PARA LA QUE TRABAJA?

¿QUE SIGNIFICA EL NOMBRE O EL LOGOTIPO DE LA EMPRESA Y QUE REPRESENTA PARA USTED?

MANDOS MEDIOS

¿POR QUÉ TRABAJAS EN UNA OBRA DE CONSTRUCCIÓN?

¿CUÁLES SON TUS LABORES?

¿CÓMO ESTÁN ORGANIZADOS?

UNA VEZ QUE SU EMPRESA ES CONTRATADA ¿CÓMO SE INTEGRAN A LA OBRA?

¿DE QUÉ FORMA SE DA LA COMUNICACIÓN Y COORDINACIÓN CON LA SUPERVISIÓN?

¿CÓMO LOGRAN LA COMUNICACIÓN, COORDINACIÓN Y COOPERACIÓN ENTRE DIFERENTES EMPRESAS?

¿DE QUÉ FORMA SE DA LA RELACIÓN CON LOS SUBCONTRATISTAS?

HÁBLAME DE LA EMPRESA, SU OPERACIÓN, SUS FIESTAS, CÓMO LES DAN LA BIENVENIDA, ETC.

¿CÓMO SE MOTIVA AL PERSONAL Y COMO LE RECONOCEN SUS LOGROS?

¿QUÉ TIPO DE CAPACITACIÓN SE LE BRINDA A LOS EMPLEADOS?

¿CUÁLES SON LOS OBJETIVOS, METAS, VISIÓN, MISIÓN Y VALORES DE LA EMPRESA PARA LA QUE TRABAJA?

¿QUE SIGNIFICA EL NOMBRE O EL LOGOTIPO DE LA EMPRESA Y QUE REPRESENTA PARA USTED?

¿QUÉ PASA CUANDO LA EMPRESA TERMINA LABORES?

OPERADORES DE DIFERENTES EMPRESAS

¿POR QUÉ TRABAJAS EN UNA OBRA DE CONSTRUCCIÓN?

¿EXPLÍCAME LAS ACTIVIDADES QUE REALIZAS?

¿CÓMO ESTÁN ORGANIZADOS PARA TRABAJAR?

¿CÓMO ES QUE SE PONEN DE ACUERDO CON OTRAS EMPRESAS?

¿CÓMO ES LA RELACIÓN ENTRE LA EMPRESA, EL PATRÓN SUBCONTRATISTA Y USTED?

¿CUÁLES SON LOS OBJETIVOS, METAS, VISIÓN, MISIÓN Y VALORES DE LA EMPRESA PARA LA QUE TRABAJA?

¿QUE SIGNIFICA EL NOMBRE O EL LOGOTIPO DE LA EMPRESA Y QUE REPRESENTA PARA USTED?

HÁBLAME DE LA EMPRESA, SU OPERACIÓN, SUS FIESTAS, CÓMO LES DAN LA BIENVENIDA, ETC.

¿CÓMO LOS MOTIVA LA EMPRESA Y CÓMO SE LE RECONOCEN SUS MÉRITOS ?

¿QUÉ PRESTACIONES LES BRINDA LA EMPRESA Y QUÉ TIPO DE CAPACITACIÓN LES BRINDAN?

¿SE LE COMUNICAN CON TIEMPO LOS CAMBIOS A REALIZARSE Y DE QUE MANERA LO HACEN?

¿CÓMO TE INTEGRAN TUS COMPAÑEROS AL LLEGAR A LA OBRA?

¿CUÁLES SON LAS REGLAS DE COMPORTAMIENTO DENTRO DE LA OBRA?

¿QUÉ PASA CUANDO LA EMPRESA TERMINA LABORES?



Casa abierta al tiempo
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

ACTA DE EXAMEN DE GRADO

No. 00945
Matrícula: 2173800570

Interacción entre las redes organizacionales y la identidad en las organizaciones del sector de la construcción: el caso Punta Museo.

En la Ciudad de México, se presentaron a las 12:30 horas del día 28 del mes de enero del año 2020 en la Unidad Iztapalapa de la Universidad Autónoma Metropolitana, los suscritos miembros del jurado:

DRA. SILVIA POMAR FERNANDEZ
DR. ANGEL WILHELM VAZQUEZ GARCIA
DRA. KARINA ANAYA DELGADO
DRA. MARIA TERESA DEL SOCORRO MONTOYA FLORES



FRANCISCO JAVIER GAMIOCHIPI ALONSO

ALUMNO

Bajo la Presidencia de la primera y con carácter de Secretaria la última, se reunieron para proceder al Examen de Grado cuya denominación aparece al margen, para la obtención del grado de:

MAESTRO EN ESTUDIOS ORGANIZACIONALES

DE: FRANCISCO JAVIER GAMIOCHIPI ALONSO

y de acuerdo con el artículo 78 fracción III del Reglamento de Estudios Superiores de la Universidad Autónoma Metropolitana, los miembros del jurado resolvieron:

Aprobado

Acto continuo, la presidenta del jurado comunicó al interesado el resultado de la evaluación y, en caso aprobatorio, le fue tomada la protesta.

REVISÓ

MTRA. ROSALBA SERRANO DE LA PAZ
DIRECTORA DE SISTEMAS ESCOLARES

DIRECTOR DE LA DIVISION DE CSH

DR. JUAN MANUEL HERRERA CABALLERO

PRESIDENTA

DRA. SILVIA POMAR FERNANDEZ

VOCAL

DR. ANGEL WILHELM VAZQUEZ GARCIA

VOCAL

DRA. KARINA ANAYA DELGADO

SECRETARIA

DRA. MARIA TERESA DEL SOCORRO MONTOYA FLORES