

## **La cohesión social en la industria maquiladora en la ciudad de Durango, México**

*Social cohesion in the maquiladora industry in the city of Durango, México*

*La cohésion sociale dans l'industrie maquiladora dans la ville de Durango,  
Mexique*

*Coesão social na indústria da maquila na cidade de Durango, no México*

**Francisco Martín Villarreal Solís**

Universidad Juárez del Estado de Durango, México

[fmvillasol@ujed.mx](mailto:fmvillasol@ujed.mx)

**José Gerardo Ignacio Gómez Romero**

Universidad Juárez del Estado de Durango, México

[gerardoignaciog@yahoo.com.mx](mailto:gerardoignaciog@yahoo.com.mx)

**Cesar Gurrola Ríos**

Universidad Juárez del Estado de Durango, México

[cgurrola@ujed.mx](mailto:cgurrola@ujed.mx)

Número 12. Julio - Diciembre 2017

## Resumen

El objetivo del presente estudio se centra en realizar un estudio descriptivo que permita diagnosticar cuál es la dimensión de la cohesión social que se presenta con mayor frecuencia e intensidad en las maquiladoras armadoras de arneses eléctricos de la ciudad de Durango. Para así, plantear la hipótesis siguiente: la dimensión de la cohesión social preponderante en las empresas estudiadas es la relativa al compromiso normativo.

Para lograrlo se utilizó un cuestionario desarrollado y validado por Cano, Villarreal, Villarreal, Gómez y Gurrola (2013), y para dar certeza estadística a los resultados obtenidos se empleó la prueba de Friedman, la cual es una prueba no paramétrica, utilizada por la naturaleza de los datos, que no permite el empleo de técnicas paramétricas. Los hallazgos sugieren que la dimensión “responsabilidad social”, que se deriva de la percepción que los trabajadores tienen acerca de su relación con la empresa, ésta se presenta con mayor preponderancia en las empresas bajo estudio, con lo cual la hipótesis planteada acerca de la preponderancia de la dimensión “compromiso normativo” se rechaza.

**Palabras clave:** cohesión social, responsabilidad social, industria maquiladora.

## Abstract

The objective of this study is to conduct a descriptive study to diagnose what is the dimension of social cohesion that occurs most frequently and intensively in the maquiladoras assembling electric harnesses of the City of Durango, posing the hypothesis that the predominant social cohesion dimension in the companies studied is related to the normative commitment.

To achieve this, a questionnaire developed and validated by Cano, Villarreal, Villarreal, Gómez and Gurrola (2013) was used and to give statistical certainty to the results obtained,

the Friedman test was used, which is a non-parametric test used by nature of the data, which does not allow the use of parametric techniques. The findings suggest that the dimension "social responsibility", which is derived from the perception that workers have about their relationship with the company, is the one that occurs with greater preponderance in the companies under study, with which the hypothesis proposed about of the preponderance of the dimension "normative commitment" is rejected.

**Key words:** social cohesion, maquiladora (draw back) industry, auto parts sector.

### Résumé

L'objectif de cette étude est de mener une étude descriptive pour diagnostiquer quelle est la dimension de cohésion sociale la plus fréquente et la plus intense dans les maquiladoras assemblant des harnais électriques de la ville de Durango, en faisant l'hypothèse que la dimension prédominante de la cohésion sociale dans les entreprises étudiées est liée à l'engagement normatif.

Pour ce faire, un questionnaire développé et validé par Cano, Villarreal, Villarreal, Gómez et Gurrola (2013) a été utilisé et pour donner une certitude statistique aux résultats obtenus, le test de Friedman a été utilisé, un test non paramétrique utilisé par la nature des données, ce qui ne permet pas l'utilisation de techniques paramétriques. Les résultats suggèrent que la dimension "responsabilité sociale", qui est dérivée de la perception que les travailleurs ont de leur relation avec l'entreprise, est celle qui se produit avec une plus grande prépondérance dans les entreprises étudiées, avec laquelle l'hypothèse proposée de la prépondérance de la dimension «engagement normatif» est rejetée.

**Mots-clés:** cohésion sociale, l'industrie maquiladora, secteur Autoparts.

## Resumo

O objetivo deste estudo é realizar um estudo descritivo para diagnosticar qual é a dimensão da coesão social que ocorre com maior frequência e intensidade na montagem maquiladoras dos arneses da cidade de Durango. Para fazer isso, crie a hipótese de que A dimensão da coesão social prevalecente nas empresas estudadas está relacionada ao compromisso normativo.

Para conseguir isso, utilizou-se um questionário desenvolvido e validado por Cano, Villarreal, Villarreal, Gómez e Gurrola (2013), e para dar certeza estatística dos resultados obtidos, foi utilizado o teste de Friedman, que é um teste não-paramétrico, usado pela natureza dos dados, o que não permite o uso de técnicas paramétricas. Os achados sugerem que a dimensão "responsabilidade social", derivada da percepção que os trabalhadores têm de relação com a empresa, é apresentada com maior preponderância nas empresas em estudo, com as quais a hipótese levantada sobre a preponderância da dimensão "compromisso normativo" é rejeitado.

**Palavras-chave:** coesão social, responsabilidade social, indústria maquiladora.