

# Diagnóstico de necesidades de la industria textil en la region sur del estado de Hidalgo

Ma. De Lourdes García Vargas

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, ESTR. Departamento de Administración. Ave. del maestro no. 41. Colonia Noxtongo 2ª. Sección. Tepeji del Río.

## Resumen

Se presenta un análisis del diagnóstico de necesidades tecnológicas en el sector textil a 17 empresas en el sur de Hidalgo. Para su estudio se realizó un muestreo no probabilístico, se dividió en ocho apartados evidenciando el comportamiento y necesidades de las empresas proponiendo estrategias de mejora en los apartados más críticos como la tecnología y servicios universitarios esperando que al conocer las necesidades de la industria se logre contribuir a impulsar el desarrollo de proyectos de innovación entre el sector productivo e instancias generadoras de conocimiento.

## Abstract

It is an analysis of the technological needs assessment in the textile sector to 17 companies in the South of Hidalgo. For their study a non-probability sampling was conducted, was divided into eight sections showing the behavior and needs of companies proposing strategies to improve the most critical sections such as the technology and university services hoping to contribute to promote the development of innovation projects between the productive sector and generating instances of knowledge.

**Palabras claves:** diagnóstico, necesidades tecnológicas, desempeño, desplazamiento.

**Keywords.** diagnostic, technology needs, performance, displacement.

## 1. INTRODUCCIÓN

De acuerdo a la Cámara Nacional de la Industria del Vestido, la industria textil en México fue una de las más importantes generadoras de empleo, tiene presencia en la mayoría de los Estados generó 291 916 empleos (2009) sobresaliendo el D.F. con el 12.3%, el Estado de México con el 11.5 % contextualizando que en el estado de Hidalgo es de 3.8 %, siendo ésta la cuarta actividad concentradora de plazas laborales, éstos resultados no son alentadores ya que como lo comenta Cárdenas (2007) en el artículo de la revista México y la República Popular China (RPCh) en la cadena hilo-textil-confección en el mercado de Estados Unidos, este es un sector significativo en términos de empleo, orientación exportadora y logros del marco normativo resultante del TLCAN desde mediados de los años noventa, pero en la actualidad se encuentra sumida en una profunda crisis aun cuando tiene la ventaja geográfica para reducir los costos de transporte y tiempos de entrega y la experiencia exportadora a Estados Unidos; en términos generales México ha sido desplazado por la RPCh como principal proveedor de la cadena desde 2002. No se prevé que esta tendencia cambie si no que se consolide, mientras México y Centroamérica pierden presencia en forma constante desde entonces.

La especialización y la debilidad de México en el diseño de la confección y las masivas importaciones en el segmento textil contrastan con la situación de RPCh, ya que sus exportaciones se han diversificado en todos los segmentos de la cadena, lo cual refleja fortalezas importantes en la producción de los insumos requeridos para la confección. La competencia entre México y la RPCh desde la confección es alarmante, mientras ésta

última tiene la capacidad para producir sus propios insumos México y Centroamérica los importan de Estados Unidos (Evans,2014).

Pedro Alonso en su artículo escrito en el periódico Milenio (2013) considera que la industria textil en México sufre algunos problemas derivados del tratado de libre comercio y comenta sobre el cierre de maquiladoras: En 19 años del Tratado de Libre Comercio desaparecieron mil 200 maquiladoras en México. En 1994 cuando entraron en vigor entre México, Estados Unidos y Canadá, había un total de 2 mil, pero en el 2013 quedaron 800, en su mayoría son talleres familiares o micro empresas, dedicadas a la confección, considerando que uno de los problemas es la competencia desleal de productos que ingresan y el representante de la Unión de Maquileros atribuyó como principal factor el ingreso de productos asiáticos. El empresario dijo en entrevista que la época de oro fue la década de los noventa, siendo las maquiladoras la principal fuente de generación de empleo.

Otro aspecto importante es el que describió Ramírez (2011) definiendo que la problemática del desarrollo de la industria textil se encuentra en el precio de los insumos y afirma lo siguiente: Los precios internacionales del algodón llegaron en la pasada cosecha a niveles que no habían alcanzado en 15 años desde que empezó su escalada, el 20 de julio de 2010, cuando el precio era de 73.52 centavos la libra, la fibra aumentó su costo en 134%.

Datos recientes muestran que en México el valor de las exportaciones de insumos, acabados y productos textiles rebasó los 70.2 millones de dólares, conforme a estadísticas del INEGI (2013) con inversiones por más de 90.8 millones de dólares en los últimos catorce años, realiza exportaciones por más de 6 mil millones de dólares anualmente, convirtiendo al país en el quinto proveedor a nivel mundial y el primero de Latinoamérica de prendas de vestir en los Estados Unidos.

## 2. MARCO REFERENCIAL

### Industria textil en Hidalgo

Como señala INEGI en el reporte de censos económicos, en el Estado de Hidalgo se encuentra el municipio de Pachuca de Soto el cual obtuvo los mayores porcentajes de personal ocupado (22.6%) y de unidades económicas 18.5%, le sigue en importancia de estas dos variables Tulancingo de Bravo con 9.3% de personal ocupado y Atitalaquia se distinguió por qué registro las más altas participaciones en la producción bruta (39.7%) con activos fijos de 35.3%. Por su parte Tepeji del Rio de Ocampo obtuvo el tercer lugar con 8.4% del total de personas ocupadas en el Estado. INEGI (2009). Las unidades económicas en el ámbito textil fueron 284 divididas sectores de ropa interior y de dormir, confección de otra ropa textil y la fabricación de telas anchas, las cuales son tomadas como referencia en el estudio (ver tabla 1).

Tabla 1. Unidades económicas en el estado de Hidalgo

Clases de actividad	Unidades Absoluto	Económicas %	Personal ocupado Absoluto	Total %
Ropa interior y de dormir	63	0.1	7 065	2.9
Confección de otra ropa textil	210	0.3	6 883	2.8
Fabricación de telas anchas	11	0.0	6 659	2.7
Sub total	284	0.4	20 607	8.4
Resto de clases	62328	99.6%	22 337	91.6

En la tabla se aprecian las unidades económicas del estado de Hidalgo y las actividades textiles. Fuente INEGI (2009).

A demás, surge una gran problemática, la competencia desleal que representa la venta de ropa de dudosa procedencia o "pirata" en los últimos 12 años ha provocado la caída en un 60 por ciento de la industria textil en el estado de Hidalgo, siendo el sustento de más de 2 mil 500 familias. Otro de los aspectos que han contribuido a agravar la situación es la importación de ropa, lo que a la par provoca que los salarios en el ramo sean precarios, se estima que, por un horario laboral, mayor a las ocho horas un empleado percibe poco más de 100 pesos al día provocando pérdida de empleos; en la región, algunos talleres que hace cinco o seis años tenían 20 empleados hoy tienen 10. Es en particular la deslealtad del comercio, la que afecta al sector textil, pues al mexicano cada vez se le presiona más para ofrecer mejores servicios y la ropa que llega ilegalmente de Estados Unidos, por ejemplo, no cumple en ocasiones ni con la paga de impuestos, por lo que es más económica (Acevedo,2014). Aunado a lo anterior, los empresarios del ramo textil tienen que pagar altas cantidades monetarias en servicios, por ello, que algunos de los talleres de la región han optado por trabajar casi de manera artesanal, en lugar de incluir equipos de alta tecnología en sus procesos de confección por falta de recursos económicos (Acevedo, 2014).

### 3. METODOLOGÍA

Se realizó un trabajo de campo generando un cuestionario como instrumento de medición, se aplicó un diagnóstico de necesidades tecnológicas, cubriendo aspectos tales como: administración, datos generales, desarrollo tecnológico, finanzas, mercado, producción, recursos humanos, servicios universitarios, para obtener información relevante en la investigación. Se visitaron 17 empresas del ramo.

Unidad de muestreo:

1. Determinación espacial: Región sur del estado de Hidalgo.
2. Unidades detectadas: Unidades económicas por actividad.

Ropa interior y de dormir - 63  
 Confección de otra ropa de dormir - 210  
 Fabricación de telas anchas - 11  
 Total-----284 unidades económicas con éste giro.

3. Método de Muestreo: No probabilístico
4. Técnica de Muestreo: por conveniencia, se visitaron 17 empresas.
5. Instrumento de medición: Cuestionario guía para la entrevista
6. Análisis e interpretación de los resultados

Para el tratamiento de la información obtenida se realiza una base de datos con el programa de computo Access. Esta información se divide en 8 apartados (datos generales, administración, mercado, finanzas, producción, desarrollo tecnológico, recursos humanos servicios universitarios), posteriormente se realizó un análisis estadístico para identificar el comportamiento en cada rubro.

#### 4. ANÁLISIS Y RESULTADOS

**Datos generales de las empresas.** De los diagnósticos a aplicados 90% de las empresas dicen estar registradas como personas morales, 50 % de ellas tienen una estructura familiar, 80% cuentan con capital de origen mexicano y 90% considera tener un buen funcionamiento general de la empresa. Se concluye que las empresas están bien identificadas dentro de su estructura administrativa.

**Administración.** Los resultados obtenidos muestran que el 90% de las empresas reconocen una misión por escrito conocida por todo el personal, de la misma manera cuentan con metas y objetivos establecidos divididos generalmente por área. Las mismas entidades tienen un organigrama jerárquico establecido, por otra parte el 80% describe un manual de métodos y procedimientos, solo el 20% de ellas refieren un área de investigación para el desarrollo de nuevos sistemas administrativos, éste último punto implica que las empresas no invierten en el desarrollo en la implementación de nuevas tecnologías que pudiera traerles grandes beneficios, lo que representa un nicho de oportunidad para impulsar mecanismos que permitan el desarrollo de la innovación.

**Mercado.** El 80% de las empresas tienen establecidos objetivos de ventas, el 40% cubren el mercado y la demanda de ropa, tienen actividades comerciales internacionales y pretenden ampliar la cartera de clientes, el 50% de ellas conocen el potencial de su mercado, mismas que han perdido consumidores recientemente.

El 50% de las empresas respondieron que han logrado identificar nuevos mercados, el 70% realizan sus ventas directamente, el 80% elaboran pronósticos de ventas, el 90% conocen sus canales de distribución y solo el 40% consideran necesario contar con una consultoría para sus empresas.

Otro aspecto importante es el tema de la exportación, el 50% de ellas conocen el programa que el gobierno ofrece para la exportación de sus productos y el 70% cuentan con un volumen en su producción y comercialización factible para exportar.

**Finanzas.** Un aspecto fundamental para el adecuado funcionamiento de una empresa es su situación financiera ya que de esta depende el tipo de decisiones que se tomen, se percibe una falta de interés en adquirir o adaptar nuevas tecnologías, el 80% de las empresas detallan estados financieros, el 70% los presenta de forma mensual, el 50% indicaron que son analizados por el gerente general, un 80% usan la información financiera en la toma de decisiones, conocen los costos unitarios de cada uno de sus productos y los costos fijos y unitarios de los mismos. El 100% cumplen con sus obligaciones fiscales y han realizado auditorías contables, por lo contrario, solo el 10% ha obtenido algún financiamiento por parte de alguna institución financiera o de desarrollo estatal o federal.

**Producción.** El 90% de las unidades económicas refieren un manual de procesos, en el 80% los manuales son conocidos por el personal, el 90% reconocen un responsable de la planeación de la producción, el 70% realiza su producción de acuerdo a sus órdenes de compra y el 30 % por demanda estimada; el 100% refiere un programa de producción, un 80% reconoce al menos un mecanismo de control de la producción que evalúa las desviaciones entre el resultado y el programa, el 50% dice tener cuellos de botella en su producción.

**Desarrollo tecnológico.** En éste apartado se tienen contemplados la competitividad de productos, procesos o servicios, gestión tecnológica, informática, calidad, control de calidad y aseguramiento de la calidad se explican en los siguientes apartados:

a) Competitividad de productos, procesos o servicios. El 50% de las empresas, cuenta como mínimo con un proyecto de desarrollo tecnológico, el mismo número de empresas realiza investigaciones de desarrollo tecnológico, pero solo el 70% están preparadas para cumplir con sus metas de desarrollo y describen recursos técnicos suficientes para el desarrollo de nuevos productos. Por otra parte, el 100% analiza la información de reclamos y quejas con el fin de retroalimentarse para el tema de desarrollo de productos, así mismo el 60% de ellas realiza estudios de Benchmarking tecnológicos de sus productos, servicios y/o procesos.

En relación al patrimonio tecnológico el 90% de las empresas tienen un control en la protección intelectual de patentes y marcas, solo el 20% cree necesario obtener una asesoría, el 30% admite tener un responsable de la gestión tecnológica, así mismo el 70% documentan las competencias tecnológicas del personal y 30% ha implementado tecnología en su producto o proceso de producción.

b) Gestión tecnológica. Para el desarrollo de sus actividades solo el 40% realiza un procesamiento o ensamble fuera de la empresa, el 60% de ellas establece programas de modernización o actualización de su equipo, el mismo porcentaje de unidades económicas lleva un estudio permanente para mejorar el modo de procesamiento, el 90% toma medidas técnicas correctivas para la reducción de costos y elevar su producción, y el 70% de estas empresas creen conveniente utilizar alguna asesoría profesional.

c) Informática. La importancia de contar con una red dentro de la empresa es relevante, debido a que ofrece múltiples beneficios como obtener información de cualquier tema, tener comunicación entre las diversas áreas de lo cual ofrece rapidez en las soluciones de conflictos. El estudio permite identificar que el 90% de las empresas cuentan con un dominio de red, sin embargo, solo el 40% cuentan con comercio electrónico, no explotan este recurso al máximo con lo cual podrían tener beneficios adicionales. Por otra parte, el 70% trabaja con un sistema administrativo ERP y detallan políticas para la aplicación de sus datos, el 80% utiliza un sistema automatizado para los trabajos de rutina, el 90% maneja una red LAN dentro de la empresa, y hacen uso de internet y de la comunicación por computadora, además de que su sistema está diseñado de tal manera que el usuario final puede acceder y usar fácilmente la información.

d) Calidad. La calidad en los productos que elabora cualquier empresa marca la diferencia entre que sus clientes deseen comprar o no dichos productos, siendo este apartado de vital importancia. El 100% de las empresas cuentan con un departamento de calidad y con acuerdos de calidad con sus proveedores, el 40% han recibido quejas por falta de atención a sus clientes, presentándose la última en un periodo no menor a un mes, para evitar esta situación y mejorar la calidad en sus productos las materias primas son revisadas por el 70% de las empresas en cada entrega.

e) Control de calidad. Otro aspecto importante para la mejora de la calidad en los productos textiles es el llevar a cabo el control adecuado de la misma. El 90% de las empresas determinan las características o estándares de calidad del producto terminado en base a un control estadístico o de muestreo, su equipo de medición cuenta con un programa de calibración y verificación, además afirman que sus productos cuentan con un rango aceptable por sus clientes.

f) Aseguramiento de la calidad. El 70% de las empresas cuentan con un sistema de aseguramiento de la calidad y mejora continua, y con un proyecto para la implementación de un sistema de aseguramiento de la calidad. El 40% requieren de un apoyo para la implementación de un nuevo sistema de aseguramiento de calidad, así como de un departamento para la realización de investigación aplicada y el 90% consideran que se debe implementar un sistema de aseguramiento de la calidad.

**Recursos humanos.** Contratar capital humano adecuado para una organización lleva consigo múltiples beneficios como por ejemplo un ambiente armónico de trabajo, mejora en la calidad del producto final y beneficios en los costos de la producción.

El 100% de las empresas consideran que la elección de su personal se debe realizar de acuerdo al perfil laboral que la misma empresa requiere, sin embargo, una de las empresas cree que sería conveniente que se obtuviera ayuda externa para la selección adecuada de su personal. El 90% de las mismas cuentan con políticas de selección de su personal, el 80% solicitan y comprueban las referencias laborales de sus trabajadores además de que realizan un proceso de inducción para capacitar al mismo personal. El 100% tiene un reglamento interno de trabajo, en el 90% es conocido por todo el personal, manejan un ambiente de trabajo bueno, el 80% tiene facilidad para conseguir su personal, el 90% cuenta con programas y planes permanentes de capacitación para uso de sus diversas áreas, el 70% de las empresas permitirían el apoyo de una institución de educación superior para que detecte y diagnostique las necesidades para el establecimiento de los programas de capacitación para las diversas áreas dentro de la empresa.

La imagen corporativa transmite quien es, que hace, y como lo hace por eso de gran relevancia definir y coordinar dicha imagen. En este sentido el 90% de las empresas cuentan con un logotipo, el 70% lo tiene registrado, el 40% presenta un eslogan, el 50% cuenta con tarjeta de visita y el 60% de ellas han diseñado un tríptico o folleto como forma de presentación para la empresa.

**Servicios universitarios.** La vinculación entre el sector empresarial y las instancias generadoras de conocimiento permite a los egresados la oportunidad de adquirir un empleo además de un desarrollo profesional laboral un buen desempeño, pero solo 40% de las empresas conocen algún proyecto o investigación de la universidad que haya sido de su interés.

## 5. CONCLUSIONES

**Aspecto tecnológico.** Se puede determinar que el problema radica en el aspecto tecnológico debido a que pocas empresas realizan investigación aplicada, la mayoría no se encuentran certificadas además de que no han desarrollado o adoptado nueva tecnología para sus procesos de producción, la mitad de las empresas requieren de apoyos para desarrollar su tecnología. En relación al patrimonio tecnológico solo el 20% cree necesario obtener una asesoría y solo el 30% tiene un responsable de gestión tecnológica, además solo el 40% cuenta con comercio electrónico.

A través de pláticas y seminarios proyectos de mejora, en el aspecto tecnológico se sugirió enfocarse en la adquisición tecnológica base, inversión tecnológica, ERP (*Enterprise resource planning*) Desarrollo Tecnológico (DT), Innovación Tecnológica (IT) para apoyar las políticas y estrategias de la organización implantando nuevos procesos o mejorando los ya existentes con una mejora continua. Los sistemas de planificación de recursos empresariales, o ERP son sistemas de información gerenciales que integran y manejan muchos de los negocios asociados con las operaciones de producción y de los aspectos de distribución de una compañía en la producción de bienes o servicios (Bueno, 2002).

Las empresas mantienen relaciones a medio y largo plazo para intercambiar información y tecnología con objeto de incrementar su competitividad, dando lugar a las alianzas estratégicas y redes de cooperación entre empresas. Es lo que se denomina aprendizaje mediante la interacción. Parte del conocimiento generado por las actividades de innovación es susceptible de articularse y codificarse mediante un lenguaje de tipo verbal o

analítico en forma de fórmulas, planos o especificaciones de ingeniería. También puede materializarse en herramientas o dispositivos incorporados a las máquinas, en los componentes de los productos o en materiales de características avanzadas. Al hacerse explícito se facilita su movilidad dentro y fuera de la empresa, de ahí que también se le denomine conocimiento migratorio (Badaracco, 1991).

Finanzas. Solo el 10% ha obtenido algún financiamiento por parte de alguna institución financiera o de desarrollo estatal o federal. Se propone un acercamiento con programas de apoyo a las empresas, a las PyMEs y MiPYMEs, a organismos como la Secretaría de Economía, Cámaras de comercio para buscar financiamiento. Es necesario el contacto entre los grupos financieros, como el fondo multilateral de inversiones (FOMIN), Oportunidades para la mayoría (OM) por medio del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Bancos con programas de financiamiento como HSBC, Financiamiento a empresas y proyectos: Instrumentos estructurados por la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (CON SAR) a través de las Siefores, y las empresas.

Servicios universitarios. En este punto se concluye que las universidades tienen un gran nicho de oportunidad en las empresas de la región sur del estado de Hidalgo ya que el 80% considera necesaria una mayor vinculación en la industria-universidad y que requieren profesionistas con espíritu emprendedor e innovador, solamente el 40% tienen a un egresado de la universidad en su plantilla de empleados aun cuando la vinculación tiene como propósito encontrar los mecanismos para que las funciones de docencia, investigación y extensión se formen en su interior de la misma y se trasladen a su exterior, determinando así la responsabilidad social de una universidad pública solidaria con las necesidades de los diferentes sectores representativos de la sociedad, que genera conocimiento, ciencia e innovación con un espíritu emprendedor (Plan de Desarrollo Institucional, PDI, UA EH, 2011-2017) que coadyuva el desarrollo regional, nacional e internacional.

La mayoría de las empresas entrevistadas opina que es necesaria una mayor vinculación de la universidad con el sector empresarial, que se dé a conocer como una oportunidad de crecimiento para sus egresados. Sin embargo, se encuentra una actitud positiva por parte de las compañías al dar la oportunidad a una institución de nivel superior a adentrarse y analizar esta problemática con el fin de mejorar su situación actual en los aspectos necesarios para su crecimiento.

Las empresas mantienen cada vez más relaciones a medio y largo plazo para intercambiar información y tecnología, con objeto de incrementar su competitividad, dando lugar a las alianzas estratégicas y redes de cooperación entre empresas. Es lo que se denomina aprendizaje mediante la interacción. Parte del conocimiento generado por las actividades de innovación es susceptible de articularse y codificarse mediante un lenguaje de tipo verbal o analítico en forma de fórmulas, planos o especificaciones de ingeniería. También puede materializarse en herramientas o dispositivos incorporados a las máquinas, en los componentes de los productos o en materiales de características avanzadas. Al hacerse explícito se facilita su movilidad dentro y fuera de la empresa, de ahí que también se le denomine conocimiento migratorio (Badaracco, 1991).

Se hace hincapié en la facilidad de copiar procesos por la competencia mediante la ingeniería inversa, el espionaje industrial o el fichaje de cerebros, las empresas tratan entonces de protegerlo a través de las patentes.

## REFERENCIAS

- [1] Acevedo G. (2014). Milenio Hidalgo. Revivirá industria textil con Centro de Innovación, s/p. Recuperado de [http://www.milenio.com/hidalgo/Revivira-industria-Centro-Nacional-Innovacion\\_o\\_220777981.html](http://www.milenio.com/hidalgo/Revivira-industria-Centro-Nacional-Innovacion_o_220777981.html)
- [2] Alonso P. (2013). Milenio México. Cierran 1200 maquiladoras en 19 años de libre comercio, s/p. recuperado de [http://www.milenio.com/negocios/Cierran-maquiladoras-anos-Libre-Comercio\\_o\\_189581052.html](http://www.milenio.com/negocios/Cierran-maquiladoras-anos-Libre-Comercio_o_189581052.html)
- [3] Badaracco, J.L. (1991). The Knowledge Link. Harvard business school press. Boston. MA.
- [4] Bueno, E. (2002). “Enfoques principales y tendencias en Dirección del Conocimiento” (Knowledge Management) Capítulo del libro “Gestión del Conocimiento”
- [5] Cámara de la Industria del Vestido (2009). La industria del vestido en México: situación y perspectivas 2009-2010. México: Recuperado de <http://www.canaiveags.org.mx/Docs/MEXICO.pdf>
- [6] Cárdenas H. (2007) México y china en la cadena hilo-textil-confección en el mercado de Estados Unidos. Comercio exterior volumen 57, núm. 7. Julio de 2007. Recuperado de <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/105/1/Cardenas-Dussel.pdf>
- [7] Evans, R. (septiembre, 2014) Relación entre la República Popular China y México. Conferencia magistral en Washington, City, Center for Intercultural Education and Development.
- [8] Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2009). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE). Recuperado de <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/denue>.
- [9] Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2013). La industria textil y del vestido 2013. Series estadísticas y sectoriales (pp 9-50), México INEGI: Recuperado de [http://www.inegi.org.mx/el\\_dia\\_2\\_de\\_octubre\\_del\\_2014](http://www.inegi.org.mx/el_dia_2_de_octubre_del_2014).
- [10] Plan de Desarrollo Institucional (2011-2017) que coadyuva el desarrollo regional, nacional e internacional. Recuperado de [http://www.uaeh.edu.mx/adminyserv/gesuniv/div\\_vin/docs/mod\\_vin\\_uaeh\\_2.2.pdf](http://www.uaeh.edu.mx/adminyserv/gesuniv/div_vin/docs/mod_vin_uaeh_2.2.pdf)
- [11] Ramírez Z., (2011). Algodón la nueva fiebre. CNN Expansión, México: recuperado de <http://www.cnnexpansion.com/expansion/2011/09/14/algodn-la-nueva-fiebre>

\* Correo autor: [ada\\_17\\_lds@hotmail.com](mailto:ada_17_lds@hotmail.com)